

Netzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit: Protest, Kunst und Theater auf YouTube

Cseke, Iris

Veröffentlichungsversion / Published Version
Dissertation / phd thesis

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB)

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Cseke, I. (2018). *Netzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit: Protest, Kunst und Theater auf YouTube*. (Interventionen - Texte zu Theater und anderen Künsten, 13). München: epodium Verlag. <https://hdl.handle.net/10419/193185>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0>

Cseke, Iris

Book — Published Version

Netzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit: Protest, Kunst und Theater auf YouTube

Intervisionen - Texte zu Theater und anderen Künsten, No. 13

Provided in Cooperation with:
WZB Berlin Social Science Center

Suggested Citation: Cseke, Iris (2018) : Netzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit: Protest, Kunst und Theater auf YouTube, Intervisionen - Texte zu Theater und anderen Künsten, No. 13, ISBN 978-3-940388-67-4, epodium Verlag, München,
<https://www.epodium.de/books/intervisionen/>

This Version is available at:
<http://hdl.handle.net/10419/193185>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>

Iris Cseke

Netzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit

Protest, Kunst und Theater auf YouTube

lelpodium



theater

INTERVISIONEN – TEXTE ZU THEATER UND ANDEREN KÜNSTEN

Netzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit
Protest, Kunst und Theater auf YouTube

Iris Cseke

Netzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit

Protest, Kunst und Theater auf YouTube

Das Buch erscheint in der Reihe

INTERVISIONEN – Texte zu Theater und anderen Künsten (Band 13)

Herausgegeben von Christopher Balme

Mitarbeit: Andreas Backoefer

|e|podium

© epodium, München
Website: www.epodium.de
E-Mail: info@epodium.de
Alle Rechte vorbehalten/
All rights reserved

Umschlaggestaltung / Layout:
Formlabor, Hamburg
Satz: FRANKOWSKY Grafik &
Kommunikation, Germlinden
Druck und Bindung:
Memminger MedienCentrum AG,
Memmingen

epodium
ist eine eingetragene Marke
ISBN 978-3-940388-66-7
ISBN (eBook/pdf)
978-3-940388-67-4

[vgl.: Diss., Ludwig-Maximilians-
Universität München, 2015]
Gedruckt mit Unterstützung des
Förderungsfonds Wissenschaft
der VG Wort

Printed in Germany 2018
Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek.
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

INHALT

Vorwort	13
1. Einleitung: YouTube als Forschungsthema	15
1.1 Auf den Spuren von Videowelten.....	15
1.2 Besondere Herausforderungen und Forschungsfragen.....	18
1.3 Theoretischer Rahmen und Analysemethoden.....	22
1.4 Auswahl der Videobeispiele und Aufbau der Studie.....	27
1.5 Zwölf Jahre YouTube: der Forschungsstand.....	30
2. Inszenierungen als Akteursnetzwerke	41
2.1 Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater.....	41
2.1.1 Theaterinszenierung und (Kunst-)Performance.....	41
2.1.2 Protestinszenierung als Selbstinszenierung.....	46
2.2 YouTube als Akteur der Inszenierung.....	50
2.2.1 Akteur/innen im Videonetzwerk: Die YouTube-Nutzer/innen.....	50
2.2.2 Verteilte Autorschaft und partizipative künstlerische Produktion.....	54
2.2.3 Das Videonetzwerk als Akteur: Bruno Latours Akteur-Netzwerk-Theorie.....	57
2.3 YouTube's unterschiedliche Rollen in den Inszenierungen.....	64
2.3.1 Das Medium.....	64
2.3.2 Das Display und das Dispositiv.....	68
2.3.3 Das Archiv der Videobilder.....	72
2.4 Zwischenfazit I: YouTube als Akteur – Inszenierungen als Netzwerke.....	75

3. YouTube als Akteur der Öffentlichkeit	77
3.1 Öffentlichkeit als Theoriekonzept und Analysekategorie	78
3.1.1 <i>Jürgen Habermas' Begriff der Öffentlichkeit als Kommunikationsraum</i>	78
3.1.2 <i>Gegenöffentlichkeiten</i>	80
3.1.3 <i>Politische Öffentlichkeit im Spannungsfeld zwischen Systemtheorie und empirischen akteurszentrierten Ansätzen</i>	84
3.2 „Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0“: Netzwerköffentlichkeiten durch das Internet	87
3.2.1 <i>Politische Öffentlichkeit im Internet der 1990er Jahre: Euphorie und Kritik</i>	88
3.2.2 <i>YouTube und seine Nutzer/innen als Öffentlichkeitsakteur/innen</i>	92
3.3 Diskurse in der YouTube-Öffentlichkeit als Teil der Netzwerköffentlichkeit	96
3.3.1 <i>Diskursebenen und Diskursformen in der YouTube-Öffentlichkeit</i>	96
3.3.2 <i>Diskurse zwischen Kunst und Protest: YouTube-Videos als Knotenpunkte politischer Gegenöffentlichkeit und medialer Selbstinszenierung</i>	101
3.3.3 <i>YouTube als Akteur der Kunst- und Theateröffentlichkeit</i>	106
3.3.4 <i>Rahmenbedingungen für die Analyse der YouTube-Öffentlichkeit: Diskursordnungen durch YouTube</i>	115
3.4 Zwischenfazit II: Vom Öffentlichkeitssystem zur Netzwerköffentlichkeit	122
 4. YouTube als Archiv für transnationale Protestnetzwerke: Greenpeace' Protest gegen Nestlé (2010)	 127
4.1 Mimetische Subversion als Inszenierungsstrategie bei Greenpeace	128
4.2 Greenpeace und Nestlé auf YouTube	133
4.2.1 <i>Akteur/innen und Diskursebenen des Protestnetzwerks</i>	133

4.2.2	<i>Greenpeace macht Nestlé zum unfreiwilligen Akteur</i>	137
4.2.2.1	<i>Greenpeace' mimetisch-subversives Protestvideo gegen Nestlé</i>	137
4.2.2.2	<i>Nestlés Handlungsinitiativen</i>	143
4.3	Videokommentare als Spiegel des Protestverlaufs	148
4.3.1	<i>Quantitative Verteilung der Kommentarinhalte</i>	149
4.3.2	<i>Kommentator/innen als Multiplikator/innen des Protestes</i>	151
4.3.3	<i>Nestlés fehlende Glaubwürdigkeit hält an</i>	155
4.3.4	<i>Die Kommentator/innen integrieren andere Kontexte</i>	161
4.3.5	<i>Die Kritik am Akteur Greenpeace</i>	166
4.4	Verteilte Autorschaft in transnationalen Gegenöffentlichkeiten	169

5. Die YouTube-Öffentlichkeit als Spiegel der ungarischen Gesellschaft: Politische Selbstinszenierung im Protestvideo *Nem tetszik a rendszér* (2011)..... **173**

5.1	Regierungsproteste in Ungarn 2011: Akteur/innen und Ereignisse	173
5.2	Die Inszenierungsstrategie der partizipativen Produktion im Musikvideo <i>Nem tetszik a rendszér</i> [Das System gefällt mir nicht]	179
5.3	Videokommentare als Diskurs über die politischen und gesellschaftlichen Verhältnisse in Ungarn	185
5.3.1	<i>Quantitative Verteilung der Videokommentare in verschiedenen Phasen</i>	186
5.3.2	<i>Die Kritik an den Protestakteur/innen im Video</i>	189
5.3.3	<i>Die Kommentator/innen als Protestakteur/innen: Weiterführende Diskurse</i>	196
5.3.3.1	<i>Die Themen Politik und die Lebenssituation in Ungarn</i>	196
5.3.3.2	<i>Die Kritik an anderen Kommentator/innen als Kritik an der ungarischen Gesellschaft</i>	204
5.3.4	<i>„Der Kommentar wurde entfernt“ – YouTube und die Kanaleigentümer/innen greifen in den Diskurs ein</i>	209

5.4 Die Presse als internationaler Protestakteur: Die Videorezeption außerhalb der ungarischen Öffentlichkeit.....	211
6. Die Kommentare der YouTube-Öffentlichkeit als Akteure im Protestvideo der ungarischen Theaterszene auf YouTube (2012).....	215
6.1 Proteste der ungarischen Theateröffentlichkeit.....	215
6.2 Ein kulturpolitisches Akteursnetzwerk: Der Verband Freier Darstellender Künstler (FESZ) und das Ministerium für Humanressourcen (EMMI) auf YouTube.....	218
6.2.1 Akteur/innen und Diskursebenen des Protestnetzwerks.....	218
6.2.2 Face-to-Face mit Akteur/innen der Freien Theaterszene: Inszenierungsstrategien im ersten Protestvideo des FESZ.....	220
6.2.3 Das Ministerium weicht dem Diskurs aus: die Videoantwort des EMMI mit deaktivierter Kommentarfunktion.....	230
6.2.4 Kritische Kommentare als Akteure im zweiten Video des FESZ.....	238
6.3 Zwischenfazit III: Protestinszenierungen auf YouTube als Gegenöffentlichkeiten.....	246
Farbdiagramme.....	251
7. YouTube als zusätzliches Display: Transformation der Kunstöffentlichkeit durch distribuierte Präsenz.....	261
7.1 Ai Weiweis <i>Sunflower Seeds</i> in der Tate Modern London (2010/2011) und der kritische Diskurs auf YouTube.....	262
7.1.1 Die Rolle des Internets im Werk Ai Weiweis.....	262
7.1.2 YouTube als Display für partizipative Kunstproduktion: Das Video Ai Weiwei: <i>Sunflower Seeds</i>	266
7.1.3 Videokommentare zwischen Kunstrezeption und politischem Diskurs.....	271

7.2 Marina Abramovičs <i>The Artist is Present</i> im MoMA New York (2010) und Amir Baradarans Reinszenierung <i>The Other Artist is Present</i> auf YouTube	282
7.2.1 <i>Marina Abramovičs The Artist is Present im MoMA New York (2010)</i>	282
7.2.2 <i>Amir Baradarans The Other Artist is Present auf YouTube</i>	285
7.2.3 <i>YouTube als Display für partizipative Rezeption: Videokommentare zu Amir Baradarans künstlerischer Reinszenierung</i>	291

8. YouTube als mediales Dispositiv: Die YouTube-Öffentlichkeit als einziges Publikum der Tate Live Performances (2012 – 2014)

8.1 Die Live Performances der Tate Modern London als theatrales Ereignis auf YouTube	299
8.1.1 <i>Die Performer/innen im Tate Live Performance Room 2012 – 2014</i>	301
8.1.2 <i>Akteur/innen und Diskursebenen des Netzwerks Tate Live Performance</i>	303
8.2 Die Diskursebene der Performances als Spiegel der Produktions- und Rezeptionsbedingungen im Dispositiv YouTube	306
8.2.1 <i>Wechselnde Identitäten und die Erweiterung des Bühnenraums</i>	306
8.2.2 <i>Partizipative Produktion und die (gescheiterte) Fokussierung der Aufmerksamkeit</i>	310
8.2.3 <i>Transparenz des künstlerischen Produktionsprozesses und das Narrativ der (physischen) Abwesenheit</i>	313
8.3 Kommentare des Online-Publikums als Akteure der Tate Live Performances	320
8.3.1 <i>Die virtuellen Zuschauer/innen und ihre Selbstreflexion in den Live-Kommentaren</i>	320
8.3.2 <i>Der Diskurs um die Performances und den Begriff der Liveness auf YouTube</i>	324

9. YouTube-Öffentlichkeit jenseits von Text und Sprache: Zirkuläre Reinszenierungen in Gob Squads Theaterperformance <i>Western Society</i> (2013)	333
9.1 Das Theaterkollektiv Gob Squad und seine intermedialen Reinszenierungen auf der Bühne	334
9.2 „Ein großes ganzes Gefüge“: <i>Western Society</i> als Akteursnetzwerk zwischen Theater und YouTube	337
9.2.1 <i>YouTube als Medium im Theater</i>	337
9.2.2 <i>Die Zuschauer/innen als Akteur/innen der Theaterinszenierung</i>	344
9.2.3 <i>Die Reinszenierung von Western Society im Display YouTube als nonverbaler Diskurs in der Netzwerköffentlichkeit</i>	349
9.3 Zwischenfazit IV: (Re-)Inszenierungen von Kunst und Theater auf YouTube: Diskurse zwischen (Kommentar-)Text und Performance	353
10. Fazit und Ausblick: Open the <i>Black Boxes</i>!	357
Abbildungs-, Diagramm- und Tabellenverzeichnis	375
Abbildungen	375
Farbdiagramme	377
Tabellen	378
Quellenverzeichnis	379
YouTube-Videos und -Kanäle	379
Ausstellungskataloge	384
Videoaufzeichnungen von Inszenierungen und Filme	384
Literaturverzeichnis	385
Quellen aus dem Internet	420

Anhang	445
Anhangsverzeichnis	445
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis des Anhangs	467

Vorwort

Die vorliegende Publikation wurde im Sommersemester 2015 als Dissertationsschrift am Institut für Theaterwissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München eingereicht und im August 2017 aktualisiert. Die Dissertation ist im Rahmen des Promotionsprogramms ProArt zwischen 2011 und 2015 entstanden. Ich danke insbesondere den folgenden Wegbegleiter/innen, die mich bei der Fertigstellung unterstützt haben: meinem Betreuer Prof. Dr. Christopher Balme und meiner Betreuerin Prof. Dr. Meike Wagner für ihre hilfreichen Kommentare und die konstruktive Kritik in persönlichen Gesprächen, im ProArt-Kolloquium und beim Lesen einzelner Kapitel; meinen ProArt-Kolleginnen und Freundinnen Alice, Johanna, Katharina, Madi, Magdalena, Ulrike und Zuz, mit denen ich sehr viel Zeit im Aventinus-Lesesaal und bei Mittagspausen in der Akademie und im englischen Garten verbracht habe. Ihre Fragen in unseren „Probekolloquien“ haben mir immer wieder wertvolle Hinweise zu meinen Forschungsfragen gegeben. In diesem ProArt-Kontext danke ich auch Miriam, Bianca und Nic vom Institut für Theaterwissenschaft, die mir in den Methodenworkshops und Theaterwissenschafts-

kolloquien ebenfalls hilfreiches Feedback zum Forschungsansatz und Theorierahmen der Studie geboten haben.

Ein besonderer Dank gilt Kaspar für die Unterstützung beim Lektorieren und bei der kritischen Lektüre des Manuskripts und dafür, dass er gemeinsam mit mir den Endspurt bis zur Abgabe durchgehalten hat. Ebenso danke ich Lisa für die langen Gespräche und ihre Unterstützung und Motivation sowie meinen Eltern, die das Projekt von Anfang an unterstützt haben und bis zum Schluss Verständnis für die langen Schreibphasen hatten. Außerdem ein großes Dankeschön an Uta, Franzl und Marlies für ihre hilfreichen theater- und kommunikationswissenschaftlichen Kommentare und weiterführenden Ideen zu Videobeispielen.

Nicht zuletzt möchte ich dem DAAD danken, der mir mit einem neunmonatigen Doktorandenstipendium von Oktober 2011 bis Juni 2012 die Möglichkeit gegeben hat, mich eine Zeit lang ausschließlich meiner Dissertation zu widmen und mich mit anderen PhD Fellows im Promotionsprogramm ASCA an der Universität Amsterdam auszutauschen, insbesondere in Kati Röttgers Reading Group Theatre and Performance und am Institut für Kunsttheorie und Medienforschung an der ELTE in Budapest. Hier gilt ein großer Dank Prof. Dr. Péter György – nagy köszönet György Péternek.

Darüber hinaus habe ich dem WZB viel zu verdanken, das mir im Rahmen der Förderlinie „Flexible Mittel für wissenschaftlichen Nachwuchs“ drei Monate lang ermöglichte, ausschließlich am Manuskript zur Publikation der Dissertation zu arbeiten. Insbesondere meine Kolleg/innen der Projektgruppe Politikfeld Internet gaben mir wertvolle Impulse im Bereich der ANT-Forschung und zur Erforschung von Regulierung in der vernetzten Gesellschaft. Ein großer Dank gilt zudem der VG Wort, die die vorliegende Veröffentlichung durch einen Druckkostenzuschuss ermöglicht hat.

Berlin, August 2017

Iris Cseke

1. Einleitung: YouTube als Forschungsthema

1.1 Auf den Spuren von Videowelten

„Du kannst keine Aktionskunst mehr machen wie noch im Jahr 2000. Du musst Aktionskunst heute immer zu zwei Dritteln im Netz denken und zu einem Drittel in der Realität und das produziert eine andere Struktur.“¹ Genau diese „andere Struktur“ zu untersuchen, diese Entgrenzung zwischen Online- und Offline-Welten, bildet den Kern der folgenden Studie, die sich auf die Vernetzung von Öffentlichkeiten auf und mit YouTube konzentriert. Sie geht der Frage nach, was in der Online-Öffentlichkeit, der politischen Öffentlichkeit und der Theater- und Kunstöffentlichkeit inner- und außerhalb des Internets passiert, wenn ein Video als Teil einer Kunst- oder Theaterperformance oder als Akt politischen Protests im sozialen Netzwerk YouTube hochgeladen und kommentiert wird.

Die 2005 gegründete Videoplattform YouTube hat sowohl die Medien- und Musikbranche als auch die Bereiche Politik, Wirtschaft, Kunst und Kultur maßgeblich verändert. Viele Kulturinstitutionen nutzen YouTube zur Erweiterung ihres künstlerischen Handlungsraums, wobei der digitale Raum als Ergänzung des Bühnenraums

¹ Matthias Lilienthal, Intendant der Münchner Kammerspiele, bei der Podiumsdiskussion im Panel „Plattform oder Player – Wie kann Theater politisch sein?“ auf der Konferenz *Theater und Netz* am 02. und 03.05.2015 in Berlin, Video-dokumentation auf YouTube online unter: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLQoUnPhwq7czAW8NK7cK9m-yqXYKmkqKR>.

beziehungsweise des Museums oder der Galerie fungiert. Kunstwerke oder Inszenierungen werden nicht nur in Trailern zur Ausstellung oder Probenmitschnitten auf YouTube ‚reinszeniert‘, sondern das Video-Netzwerk selbst wird als Display für Kunst- und Theaterperformances genutzt oder bietet als „Digital Concert Hall“ Liveübertragungen und Archivaufnahmen von Konzerten vor einem verstreuten (Online-) Publikum, wie beispielsweise bei den Berliner Philharmonikern.² Politische Kommunikation findet durch unterschiedliche Akteursgruppen parallel inner- und außerhalb des Internets statt: Nicht nur die Bundeskanzlerin hat bereits seit 2007 einen eigenen YouTube-Kanal³, sondern Videos, Fotos und Kommentare zahlreicher Nutzer/innen in Netzwerken wie YouTube, Facebook und Twitter beeinflussen unmittelbar die aktuelle Tagespolitik und sogar Wahlergebnisse – und das egal, ob sie wahr oder falsch sind. Kommunikationsbotschaften verbreiten sich in diesen häufig als „postfaktisch“⁴ genannten Zeiten rasant in der Öffentlichkeit und werden durch die Nutzer/innen in immer neue Kontexte eingebettet.

Im Bereich des politischen Protests der Zivilgesellschaft sind neue Formen des schnellen und synchronen Zusammenschlusses von Menschenmassen entstanden. Protestakteur/innen können sich über Ländergrenzen hinweg organisieren und gegenseitig mobilisieren, wie zum Beispiel während der politischen Proteste der letzten Jahre in der Türkei, in Ungarn und Rumänien, im Fall der weltweit agierenden Occupy-Bewegung und bereits 2011 während des ‚Arabischen Frühlings‘. Peter Weibel spricht von einer „performativen Demokratie“⁵, in der sich Bürger/innen in den Kommunikationsräumen des Internets als politische Akteur/innen inszenieren.

Die tatsächlichen Auswirkungen von politischer Aktion und Kommunikation im Internet oder der tatsächliche Erfolg von (Online-) Protesten lassen sich allerdings nicht allein auf die Nutzung von sozialen Netzwerken zurückführen. Die Vorteile *oder* Nachteile der Umbrüche aufzulisten, die das Internet in Politik, Wirtschaft und Kultur verursacht, ist aber auch nicht das Ziel der vorliegenden Studie.

² Siehe online unter: <https://www.digitalconcerthall.com/de/home>.

³ Vgl. den Kanal der Bundesregierung, seit 29.04.2007 auf YouTube online unter: <https://www.youtube.com/user/bundesregierung/featured>.

⁴ „Postfaktisch“ ist das internationale Wort des Jahres 2016, siehe: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/postfaktisch-internationales-wort-des-jahres-a-1121598.html>.

⁵ Peter Weibel: *Ästhetik der vernetzten Kooperation im Web 2.0*. Vortrag am 08.07.2013 im Amerika-Haus München.

Vielmehr geht es darum, die vielschichtigen Diskurse zu untersuchen, die YouTube in der Gesellschaft initiiert und das Zusammenspiel der Verflechtungen zwischen Online- und Offline-Prozessen aufzuzeigen. Der Politikwissenschaftlerin Sigrid Baringhorst zufolge ist solch ein Fokus ein Desiderat im Rahmen der interdisziplinären Protestforschung, wie sie formuliert:

*Statt die Diskussion um die Rolle neuer Medien für politischen Protest primär entlang von Debatten um Technikdeterminismus und der Kontroverse über Technikoptimismus oder Technikpessimismus zu führen, wie dies etwa im Fall der Einschätzung der Rolle des Internets beim Arabischen Frühling vielfach geschehen ist, sollten bei der Erforschung politischen Protests die komplexen kommunikativen Kopplungen zwischen Online- und Offline-Räumen stärker als bisher in den Blick genommen werden.*⁶

Ähnlich argumentiert auch der Politikwissenschaftler Andreas Jungheer in Bezug auf die Erforschung der Rolle des Internets in der politischen Kommunikation und schlägt vor, den „inzwischen etwas ermüdenden Wiegeschritt zwischen Technik- und Sozio-Determinismus“ beiseite zu legen und stattdessen die Wechselwirkungen zwischen digitalen Technologien und „unterschiedlichen gesellschaftlichen Strukturen“⁷ in den Blick zu nehmen.

Am Beispiel von Protesten, Kunstwerken und Theaterperformances, in denen YouTube-Videos als Bestandteile der Inszenierungen auf ganz unterschiedliche Weise involviert sind, sollen die Verschmelzung von Öffentlichkeiten untersucht und die initiierten Diskurse inner- und außerhalb des Internets analysiert werden. Protest, Kunst und Theater zeichnen sich allesamt durch inszeniertes Handeln aus, das auf Öffentlichkeit ausgerichtet ist. In der vorliegenden Studie werden zum einen Videos untersucht, die mit einem gesellschaftlichen oder politischen Anspruch auf YouTube hochgeladen wurden, um eine bestimmte Öffentlichkeit zu erreichen und die YouTube-Nutzer/innen zu mobilisieren. Zum anderen werden Videos in den Blick genommen,

⁶ Sigrid Baringhorst: „Internet und Protest. Zum Wandel von Organisationsformen und Handlungsrepertoires – Ein Überblick“. In: Kathrin Voss (Hrsg.): *Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet*. Wiesbaden: VS Verlag 2014, S. 91–113, hier S. 110.

⁷ Andreas Jungheer: „Das Internet in der politischen Kommunikation: Forschungsstand und Perspektiven“. In: *Politische Vierteljahresschrift* 58 (2017), H. 2, S. 284–315, hier S. 288.

die Kunst oder Theaterperformances auf YouTube (re)inszenieren und damit entweder die Öffentlichkeit des Kunstwerks im Museum beziehungsweise die Theateröffentlichkeit erweitern oder die Inszenierung überhaupt erst auf YouTube zu einem theatralen Ereignis machen.

1.2 Besondere Herausforderungen und Forschungsfragen

Das YouTube-Video *Me at the Zoo*⁸, das eines der drei Gründungsmitglieder von YouTube, Jawed Karim, am 23.04.2005 online veröffentlicht hat, markiert die Geburtsstunde der Plattform. Bereits 2006 wurde sie von Google übernommen, seitdem wurden die Websitestructur, Nutzungsbedingungen und Kommentarfunktionen mehrmals überarbeitet.⁹ Nach einigen Jahren waren nicht mehr nur Privataufnahmen und mitgeschnittene Musikvideos, TV-Sendungen oder Szenen aus Kinofilmen zu sehen, sondern es haben sich auch eigene YouTube-Sender und zahlreiche länderspezifische Musik-, Comedy- und Computerspielkanäle sowie weitere vielfältige Unterhaltungs- und Bildungsformate etabliert. Die erfolgreichsten ‚YouTube-Stars‘ erzielen hohe Einnahmen aus Videowerbung oder im Bereich der Musik Gewinne durch Plattenverträge. Mittlerweile verzeichnet die Website mehr als eine Milliarde Nutzer/innen pro Monat, es werden täglich eine Gesamtdauer von einer Milliarde Stunde an Videomaterial abgespielt und die Seite ist in 88 Ländern mit lokalen Versionen und in 76 Sprachen zugänglich.¹⁰

Diese Fülle an Videos, die jede Minute auf YouTube hochgeladen werden, sage jedoch nichts über ihre Qualität oder gesellschaftliche Relevanz aus, wie Geert Lovink als Resümee nach sechs vom Institute of Network Cultures Amsterdam organisierten *Video Vortex*-Konferenzen 2011 feststellt: „[T]here is no evidence of a dialectical turn from quantity into quality [...] we witness digital disillusion.“¹¹ Auch dem Phänomen des YouTube-Videos *Gangnam Style* des koreanischen Sängers Psy, das als erstes Video die Anzahl von 1 Milliarde Aufrufen 2012 überschritt,¹² wird man aus musik- und filmästhetischer Perspektive

⁸ Das Video von Nutzer/in jawed wurde bisher 16.756.644 Mal angeklickt und hat 113.586 Kommentare erhalten. Es zeigt Jawed Karim in einer kurzen Aufnahme vor dem Elefantengehege im Zoo von San Diego in den USA. Siehe das Video und die tagesaktuelle Statistik, seit 23.04.2005 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/jNQXAC9IVRw>. Die beiden weiteren Gründer sind Chad Hurley und Steve Chan, alle drei sind ehemalige Mitarbeiter des Unternehmens PayPal.

⁹ Vgl. alle Meldungen zu Neuerungen der letzten Jahre im Unternehmensblog von YouTube auf der YouTube-Website, online unter: <http://youtube-global.blogspot.de/>. Einen wissenschaftlichen Überblick über die Veränderungen der Nutzeransprache durch die Plattformbetreiber im Laufe der letzten Jahre bietet: Jean Burgess: „From ‚Broadcast yourself‘ to ‚Follow your interests‘: Making over Social Media“. In: *International Journal of Cultural Studies* 18 (2015), H. 3, S. 281–285.

¹⁰ Vgl. die Angaben auf der YouTube-Website online unter: <https://www.youtube.com/intl/de/yt/about/press/>.

¹¹ Geert Lovink: „Engage in Destiny Design: Online Video Beyond Hypergrowth: Introduction to Video Vortex Reader II“. In: Ders.; Rachel Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures 2011, S. 9–12, hier S. 9, online unter: http://www.networkcultures.org/uploads/%236reader_VideoVortex2PDF.pdf.

kaum gerecht, ohne all die Nutzer/innen mit einzubeziehen, die zahlreiche Parodien zum Video auf YouTube veröffentlicht haben. Ein Beispiel ist der Künstler Ai Weiwei, dessen Version die chinesischen Behörden sofort zensiert haben.¹³ Durch den Akt des Hochladens auf YouTube erfahren Videos demnach eine Eigendynamik, da sie weiterverbreitet und jeweils neu kontextualisiert werden. Eine isolierte, rein filmanalytische und filmgeschichtliche Herangehensweise an die Analysen würde der digitalen Umgebung von YouTube-Videos nicht gerecht werden. Der Begriff der Videoästhetik bezieht in dieser Studie zwar filmdramaturgische Fragestellungen mit ein, ist aber explizit auch auf die Beziehung zwischen den Videos und der ‚Institution‘ YouTube samt ihrer Nutzer/innen ausgelegt. Wichtig ist beim Blick auf die Videoästhetik somit die Kontextualisierung der Videos, nämlich einerseits ihre Einbettung in das Unternehmen YouTube als sozialer, medialer und institutioneller Rahmen und andererseits ihre Beziehung zu Kommunikations- und Handlungsräumen außerhalb von YouTube. Dieser Forschungsansatz basiert auf dem *spatial turn* in den Geisteswissenschaften, der dem Raum zur kulturellen und sozialen Verortung von Diskursen eine besondere Bedeutung beimisst.¹⁴

Welchen Stellenwert dieser Rahmen für die YouTube-Videos hat, wurde bereits 2006 – sogar noch vor der Übernahme von YouTube durch Google – deutlich. Die YouTube-Community kritisierte bereits in diesem frühen Stadium der Plattform die Gewinnerorientierung der Videoproduzent/innen. In der Öffentlichkeit ist eine weitreichende Debatte über Authentizität und Glaubwürdigkeit der Plattform ausgebrochen, bei der der YouTube-Slogan „Broadcast yourself“ – damals als Aufruf an den/die Einzelne/n und eben nicht an die Medienbranche gedacht – kritisch hinterfragt wurde: In den Sommermonaten 2006 wurde der authentisch wirkende Videoblog von lonelygirl15 als Täuschung der YouTube-Fangemeinde entlarvt: Die Videos vermittelten den Eindruck, ein 15-jähriges Mädchen würde über ihre heimische Webcam spontan aus ihrem Alltag in einer US-amerikanischen Kleinstadt berichten.¹⁵ In Wahrheit wurden die Episoden von einer Film-

¹² Vgl. die Mitteilung auf dem Blog von YouTube: „Gangnam Style Makes YouTube History. First Video to Hit 1 Billion Views“. In: *YouTube Official Blog* (21.12.2012), online unter: <http://youtube-global.blogspot.de/2012/12/ytvev.html>. Siehe das Video *Gangnam Style* von Nutzer/in officialpsy, seit 15.07.2012 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/9bZkp7q19f0>.

¹³ YouTube ist in China gesperrt, das Video ist seit 25.10.2012 online unter: <https://youtu.be/n281GWF1E8>.

¹⁴ Vgl. zum *spatial turn* als „Raumparadigma“ in den Geisteswissenschaften: Jörg Döring; Tristan Thielmann (Hrsg.): *Spacial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. Bielefeld: transcript 2008. Vgl. zum *spatial turn* in der Theaterwissenschaft: Birgit Wiens: *Intermediale Szynographie. Raum-Ästhetiken des Theaters am Beginn des 21. Jahrhunderts*. Paderborn: Wilhelm Fink 2014, S. 51ff.

¹⁵ Vgl. den Kanal seit 12.05.2006 auf YouTube online unter: <https://www.youtube.com/user/lonelygirl15/featured>.

produktionsfirma aus Los Angeles mit Schauspieler/innen und einer im Voraus geplanten Seriendramaturgie konzipiert. Laut der Kritik der Nutzer/innen hätten soziale Netzwerke wie YouTube durch diese Enttäuschung ihre Glaubwürdigkeit als private, nicht-kommerzielle Plattformen verloren. In einem Artikel von *Spiegel Online* wird die Täuschung der YouTube-Öffentlichkeit als „Verlogenheit der Community“ selbst bezeichnet:

*Der Verlogenheit der Kommerzwelt und ihrer Versuche, diese Community-Räume zu erobern, steht so die Verlogenheit der Community gegenüber, die unter anderem ignorieren will, dass sie Teil dieser Kommerzwelt ist.*¹⁶

¹⁶ Frank Patalong: „YouTube: Nur falsch ist wirklich echt“. In: *Spiegel Online* (11.09.2006), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/youtube-nur-falsch-ist-wirklich-echt-a-436070.html>.

¹⁷ Patalong: „Nur falsch ist echt“ (online).

Der Autor kritisiert die YouTube-Gemeinde insofern als scheinheilig, als dort nur diejenigen als glaubwürdig gelten würden, die mit Privatvideos die „heile Welt der Web-2.0-Öffentlichkeit“ nicht störten und vorgäben, „keine kommerziellen Interessen zu haben“¹⁷. Wie dieses Beispiel zeigt, ist die Unterscheidung zwischen Illusion und Authentizität im Sinn von ‚Wahrheit‘ auf YouTube schwierig. Es kann nie mit völliger Sicherheit bewiesen werden, wer hinter einem Nutzernamen steht oder wer genau ein hochgeladenes Video wann und zu welchem Zweck gefilmt hat. Auch im Jahr 2017 ist diese Debatte aktueller denn je. Sie wurde insbesondere im Kontext des US-amerikanischen Wahlkampfs 2016 und der deutschen Bundestagswahl 2017 neu entfacht. Zentral ist beim Umgang mit „Fake News“ das Problem, welche Nachrichten und Kommentarinhalte überhaupt mit diesem ‚Label‘ zu klassifizieren sind. Hierbei stellt sich dementsprechend „die Frage, vor wem man sich im Bundestagswahlkampf mehr fürchten muss – vor Fake News-Produzenten oder vor Fake News-Entlarvern“¹⁸, wie die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* das Problem treffend auf den Punkt bringt.

¹⁸ Michael Hanfeld: „Fakten schaffen. Was passiert, wenn sich Facebook um ‚Fake News‘ kümmert“. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (04.08.2017), S. 13.

Exakte Grenzziehungen zwischen dem Wahren und dem Falschen, zwischen dem Authentischen und dem filmisch Inszenierten sind kaum möglich und auch nicht im Blickfeld des Untersuchungsinte-

resses der vorliegenden Studie. Auch die Frage, ob und wie ein Video entweder als privates Heimvideo oder professionell erstellter Kurzfilm identifiziert werden kann, ist sowohl bei den Protestvideos als auch bei den Beispielen aus Kunst und Theater zweitrangig. Statt eines produktionsästhetischen Ansatzes wird im Folgenden ein rezeptionsästhetischer verfolgt: Wenn YouTube als Forschungsgegenstand analysiert wird, steht der an die hochgeladenen Videos anknüpfende Diskurs in der Öffentlichkeit im Vordergrund, also im Fall von lonelygirl15 zum Beispiel die weitreichende Debatte, die in der Medienöffentlichkeit innerhalb und auch außerhalb von YouTube ausgelöst wird und Themen wie ‚Transparenz versus Täuschung‘ und ‚kommerzielle Filmproduktion versus Hobbyvideos von Laien‘ reflektiert.

Die entstandenen Video-Öffentlichkeiten als Kommunikations- und Partizipationsräume wirken sich wiederum auf die Rezeptionsbedingungen der Videos aus. Inszenierung und Öffentlichkeit auf YouTube beeinflussen sich somit gegenseitig und ihr Verhältnis zueinander kann sich jederzeit verändern. *Inszenierung* und *Öffentlichkeit* sind zwei Schlüsselbegriffe der Untersuchung. Wenn die „kollaborativ gestaltete visuelle Netzkultur“¹⁹ auf YouTube in Protest, Kunst und Theater mitwirkt, lassen sich diese Inszenierungen und ihre Öffentlichkeiten nur mit dem Begriff des *Netzwerks* adäquat beschreiben, dem dritten übergreifenden Schlüsselbegriff. Die zentrale These lautet, dass sich insbesondere in Protesten, Kunst- und Theaterformen auf und *mit* YouTube neue Bezüge zwischen Inszenierungen und ihren Öffentlichkeiten aufzeigen lassen, da der Zeitpunkt, ab dem YouTube in den Inszenierungen in Erscheinung tritt, als eine ‚Schwelle‘ fungiert: YouTubes Rolle geht über das bloße Versammeln und Ausstellen von Videos hinaus, denn durch die Verflechtung mit der Videoplattform werden Inszenierungen zu Netzwerken mit zerstreuten Akteur/innen, und über YouTube werden Teilöffentlichkeiten wie zum Beispiel die Internet-Öffentlichkeit, politische Öffentlichkeit, städtische Öffentlichkeit, Theateröffentlichkeit oder die museale Öffentlichkeit miteinander verschmolzen.

¹⁹ Stefan Heidenreich: „Vision Possible: A Methodological Quest for Online Video“. In: Lovink; Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 13–24, hier S. 23.

Aus den verschiedenen dargestellten Prämissen resultieren die folgenden zentralen Forschungsfragen: Wenn YouTube selbst als Akteur in Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater fungiert, welche Rolle übernimmt dann die Plattform im jeweils entstehenden Netzwerk aus Öffentlichkeiten? Wie macht sich die vernetzte Rezeption von YouTube-Videos als Teil von Protestinszenierungen und künstlerischen Inszenierungen in ihrem jeweiligen Produktionsprozess bemerkbar? Wie treten die YouTube-Nutzer/innen als Akteur/innen mit ihren Interaktionen und ihren Videokomentaren in der Öffentlichkeit auf, die Rückkopplungseffekte auf die Videos haben, und was zeichnet insbesondere die YouTube-Öffentlichkeit aus? Welche Wechselwirkungen lassen sich zwischen YouTubes Handlungsinitiative und der Inszenierung und Öffentlichkeit von Protest-, Kunst- und Theaterpraktiken inner- und außerhalb des Internets aufzeigen?

1.3 Theoretischer Rahmen und Analysemethoden

Die zentrale Herausforderung bezüglich vernetzter Forschungsgegenstände wie YouTube beschreiben Wolf-Dieter Ernst und Meike Wagner in ihrem Plädoyer für eine „Netzwerkperspektive in der Theaterwissenschaft“ wie folgt:

*Wie kann man ästhetisches Handeln untersuchen, welches keine fixierbare Herkunft oder Autorschaft mehr kennt, sondern als Effekt von vernetzten Aktivitäten entsteht? Wie lässt es sich beobachten? Entsteht etwa eine ‚verteilte oder zerstreute Ästhetik‘, wenn wir es mit verteilten Handlungen und kollektiven Akteuren zu tun haben, wenn wir selbst Teil der Vernetzung sind?*²⁰

Forscher/innen müssen sich ihrer relativen und subjektiven Position bei der Analyse von YouTube bewusst werden. Diese wird zum Beispiel dadurch sichtbar, dass auf YouTube mit einer deutschen IP-Adresse zugegriffen wird und damit eine personalisierte Startseite erscheint.²¹ Somit muss für die Inszenierung als unabgeschlossenes Produkt selbst eine Netzwerkperspektive eingenommen werden.

²⁰ Wolf-Dieter Ernst; Meike Wagner: „Performanz des Netzes. Prolegomena zu einer Netzwerk-Perspektive in der Theaterwissenschaft“. In: *Forum Modernes Theater* 22 (2007), H. 2, S. 197–210, hier S. 197f.

²¹ Vgl. die verschiedenen Einstellungen auf der Startseite von YouTube online unter: <https://www.youtube.com/?gl=DE> sowie dazu Andreas Briese (Strategic Partner Dev. Manager YouTube GSA & Northern Europe): „YouTube. Die größte Bühne der Welt“. Vortrag am 21.05.2014 im Rahmen der Ringvorlesung „Die Zukunft der Medien“ an der Hochschule für Fernsehen und Film München.

Proteste, Kunst und Theaterperformances werden als intermediale Netzwerke mit zerstreuten Akteur/innen betrachtet, deren Handlungsinitiativen mit Hilfe der *Akteur-Netzwerk-Theorie* (ANT) des Soziologen Bruno Latour untersucht werden. Die Perspektive der ANT, die nicht nur menschlichen Akteur/innen, sondern auch der Technologie Handlungsmacht zugesteht, zieht sich als theoretischer Rahmen und Analyse-methode durch die gesamte Arbeit. Folgende Formulierung von David Krieger und Andréa Belliger in ihrem 2014 erschienenen Band *Interpreting Networks* bringt diesen Ansatz auf den Punkt: „Networking is not merely using and being influenced by digital media. Networking is constructing meaning by constructing actor-networks under the conditions of digital media.“²²

Über die Interaktion der Protest-, Kunst- oder Theaterakteur/innen entsteht also ein Netzwerk im Spannungsfeld zwischen Inszenierung und Öffentlichkeit, das es herauszuarbeiten gilt. Auch YouTube selbst tritt als Akteur dieser Inszenierungen auf und generiert oder verändert Öffentlichkeiten. Statt von einer neutralen Videoplattform kann vielmehr von der handelnden Agency YouTubes, der Videos und der Kommentare gesprochen werden. Da die Öffentlichkeit der untersuchten Inszenierungen sowohl inner- als auch außerhalb des Internets verläuft, wird der aus der Kommunikationswissenschaft stammende Begriff der „Netzwerköffentlichkeit“²³ genutzt. Diese Netzwerköffentlichkeit setzt sich aus verschiedenen Diskursebenen zusammen, auf denen die Akteur/innen der Inszenierungen handeln, also unter anderem die Protestakteur/innen beziehungsweise die Künstler/innen, YouTube und die Videokommentator/innen. Um die Kommentarinhalte der Nutzer/innen als einen Teil der Diskurse in der YouTube-Öffentlichkeit auszuwerten, wurde die empirische Methode der qualitativen computergestützten Inhaltsanalyse gewählt.²⁴ Werner Früh definiert die Inhaltsanalyse als:

empirische Methode zur systematischen und intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von

²² David J. Krieger; Andréa Belliger: *Interpreting Networks. Hermeneutics, Actor-Networks Theory & New Media*. Bielefeld: transcript 2014, S. 137.

²³ Christoph Neuberger; Christian Nuernbergk; Melanie Rieschke (Hrsg.): *Journalismus im Internet. Zwischen Profession, Partizipation und Technik*. Wiesbaden: VS Verlag 2009, S. 49.

²⁴ Für die qualitative Inhaltsanalyse wurde die Software Maxqda genutzt. Vgl. zur genauen Vorgehensweise des Codierens ausführlich Kapitel 4.3.1 und: Udo Kuckartz: *Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten*. Wiesbaden: VS Verlag, 3. Auflage, 2010.

*Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte.*²⁵

Entscheidend dabei ist, dass die Inhaltsanalyse „nicht von einem einzigen, absoluten, richtigen beziehungsweise in diesem Sinne objektiven Textinhalt ausgeht, sondern von einer Reihe möglicher Interpretationsweisen“²⁶. Die qualitative Inhaltsanalyse von Nutzerkommentaren zu YouTube-Videos ermöglicht somit ein detailliertes Stimmungsbild sowohl der Öffentlichkeit als Kommunikationsraum auf YouTube als auch derjenigen Öffentlichkeit, die über die Plattform hinausgeht, da die Nutzer/innen in den geführten Diskursen neue Kontexte eröffnen und selbst aufzeigen, welche Reichweite das Video auch außerhalb von YouTube hat, wenn es zum Beispiel in der Medienberichterstattung thematisiert wird.

Die Methode der Inhaltsanalyse, die in Psychologie, Pädagogik und Kommunikationswissenschaft bisher vor allem für papiergebundene Medien wie Zeitungsartikel, Interviews oder Gespräche in Fokusgruppen diente, ist mit dem dynamischen Internet als flüchtigem Forschungsgegenstand mit zum Beispiel nachträglich gelöschten Videos und Kommentaren nicht leicht zu vereinen, da diese „charakteristischen Merkmale des Internets einer linearen Vermessung in herkömmlicher Weise entgegenstehen“²⁷. Durch die Regelungen, technischen Voreinstellungen und häufigen Veränderungen innerhalb der YouTube-Website liegt die Schwierigkeit bei der qualitativen Inhaltsanalyse der Kommentare darin, dass YouTube diese Diskurse zwar zugänglich macht, die Online-Öffentlichkeit sich aber permanent wandelt und auch die Löschung von Kommentaren genauso wie ganzer Kanäle und Videos jederzeit in Kauf genommen werden muss. Untersuchungen zu YouTube können durch die permanenten Interaktionen der Nutzer/innen somit immer nur Momentaufnahmen dieses flüchtigen Forschungsgegenstandes sein. Dieser „ist permanent im Fluss und wird bald verschwinden.“²⁸ In diesem Sinn wird die empirische Inhaltsanalyse der Kommentare als Methode genutzt, die aber *in* die Methode der ANT zur Erfassung der Handlungsinitiativen der

²⁵ Werner Früh: *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. Konstanz: UVK, 6. überarb. Auflage 2007, S. 133.

²⁶ Früh: *Inhaltsanalyse*, S. 138.

²⁷ Martin Welker; Carsten Wünsch u.a.: „Die Online-Inhaltsanalyse. Methodische Herausforderung, aber ohne Alternative“. In: Martin Welker; Carsten Wünsch (Hrsg.): *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*. Köln: Halem 2010, S. 9–30, hier S. 13. Vgl. zur Analyse von Online-Kommentaren auch: Monika Taddicken; Kerstin Bund: „Ich kommentiere, also bin ich. Community Research am Beispiel des Diskussionsforums der ZEIT Online“. In: Welker; Wünsch (Hrsg.): *Die Online-Inhaltsanalyse*, S. 167–190.

²⁸ Geert Lovink: *Das Halbwegs Soziale. Eine Kritik der Vernetzungskultur*. Übersetzt aus dem Englischen von Andreas Kallfelz. Bielefeld: transcript 2012, S. 15.

²⁹ Früh: *Inhaltsanalyse*, S. 140.

³⁰ In Kapitel 9 wurden keine Videokommentare analysiert.

³¹ Philipp Mayring: *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim; Basel: Beltz Verlag, 10. neu ausgestattete Auflage, 2008, S. 75, siehe auch das „Prozessmodell induktiver Kategorienbildung“ auf S. 75f.

³² Vgl. dazu ausführlich Barney G. Glaser; Anselm L. Strauss: *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*. Bern: Hans Gruber 2005 [1967] sowie die Weiterentwicklung durch Anselm Strauss zusammen mit Juliet Corbin, deren Konzept in Deutschland sehr verbreitet ist: Anselm L. Strauss; Juliet M. Corbin: *Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Weinheim: Beltz 1996. Zur Ad-

Akteur/innen eingebettet ist. Die Ergebnisse der Inhaltsanalysen sind daher nicht absolut zu setzen, sondern müssen zeitlich eingeordnet und in diesem Kontext gesehen werden und bilden damit nur eine der verschiedenen Diskursebenen der Akteur/innen.

Jede Inhaltsanalyse ist in quantifizierende sowie qualifizierende Analyseschritte aufgeteilt und diese stellen eine „unauflösbare dialektische Wechselbeziehung“²⁹ dar, wie Früh betont. In der vorliegenden Studie wird von der qualitativen Inhaltsanalyse als einer etablierten Methodenbezeichnung gesprochen, obwohl diese nicht nur qualitative, sondern auch quantitative Schritte enthält: Die Codierung ist ein qualitativer Vorgang, die Auswertung und prozentuale Angabe von Codehäufigkeiten ein quantitativer Schritt, bevor die Interpretation der statistischen Daten wiederum ein qualitativer Bestandteil der Inhaltsanalyse ist. Diese verschiedenen Arbeitsschritte spiegeln sich auch im Aufbau der Kapitel 4 bis 8 wider,³⁰ in denen die qualitativen Inhaltsanalysen mit Kommentarbeispielen auf Basis der quantitativen Ergebnisse erfolgen, die mit Diagrammen visualisiert werden.

Bei der Codierung der Videokommentare auf YouTube wird die „offene Codierung“ angewandt, die die induktive Kategorienbildung der Inhalte bezeichnet. Bei diesem Vorgehen wird nach einer „möglichst naturalistischen, gegenstandsnahen Abbildung des Materials ohne Verzerrungen durch Vorannahmen des Forschers“³¹ gestrebt. Die offene Codierung wird vor allem im Rahmen der qualitativen Methode der *Grounded Theory* praktiziert, die die Sozialwissenschaftler Barney G. Glaser und Anselm L. Strauss in den 1960er Jahren entwickeln.³² Hierbei werden die Kategorien „aus dem Material heraus“ erstellt, es wird daher kein vorab festgelegtes (theoretisches) Konstrukt am Material überprüft, sondern theoretisches Wissen neu generiert.³³ Das Ziel hierbei ist, „die in den Daten schlummernde Theorie zu entdecken“³⁴. Wichtig ist laut Juliet Corbin, dass die Methode als eine „analytische Reise“ individuell an den eigenen Forschungsgegenstand und die eigene Fragestellung angepasst wird, um aus dem jeweiligen Material heraus Aussagen zu treffen.³⁵ Diese Grundsätze sollen für die

option für die Kommunikationsforschung vgl. Friedrich Krotz: *Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die heuristische Sozialforschung und die Ethnografie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung*. Köln: Halem 2005. Siehe außerdem zur Grounded Theory direkt in Bezug auf die Erforschung digitaler Medien: Jana Ballenthien; Corinne Büchling; Katja Koren Ošljak: „Das Potenzial der Grounded Theory für die Technik- und Medienforschung“. In: Tanja Carstensen; Christina Schachtner; Heidi Schellhove u.a. (Hrsg.): *Digitale Subjekte. Praktiken der Subjektivierung im Medienumbruch der Gegenwart*. Bielefeld: transcript 2014, S. 273–291.

³³ Vgl. Glaser; Strauss: *Grounded Theory*, S. 37. Zur Anwendung der induktiven Kategorienbildung bei der Online-Inhaltsanalyse vgl. Dorette Wesemann; Martin Grunwald: „Inhaltsanalyse von Online-Diskussionsforen für Betroffene von Essstörungen“. In: Welker; Wünsch (Hrsg.): *Die Online-Inhaltsanalyse*, S. 387–409, hier S. 390.

³⁴ Heiner Legewie; Barbara Schervier-Legewie: „Forschung ist harte Arbeit, es ist immer ein Stück Leiden damit verbunden. Deshalb muss es auf der anderen Seite Spaß machen“. Anselm Strauss im Interview mit Heiner Legewie und Barbara Schervier-Legewie. In: *Forum Qualitative Sozialforschung* / *Forum: Qualitative Social Research* 5 (2004), H.3, Art. 22, online unter: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/562/1217#zi> (Absatz 51). Das Interview wurde in einer ersten Fassung veröffentlicht in: *Journal für Psychologie* 3 (1995), H.1, S.64-75.

³⁵ Vgl. Juliet Corbin: „Eine analytische Reise unternehmen“. In: Günter Mey; Katja Mruck (Hrsg.): *Grounded Theory Reader*. Wiesbaden: VS Verlag, 2. akt. und erw. Auflage, 2011, S. 163–180, hier S. 165.

³⁶ Vgl. zur Narratologie im Film: David Bordwell: *Narration in the fiction film*. Madison, Wisconsin: University of Wisconsin Press 1985. Vgl. zur interdisziplinären Narrationsforschung, die nicht nur Texte, sondern auch Bilder, Filme und digitale Medien als Untersuchungsgegenstände mit einbezieht, ausführlich: Walter Grünzweig; Martin Solbach (Hrsg.): *Grenzüberschreitungen: Narratologie im Kontext. Transcending Boundaries: Narratology in Context*. Tübingen: Narr 1999 sowie die Studien der US-amerikanischen Erzähltheoretikerin Marie-Laure Ryan insbesondere zu digitalen Erzählformen in: Marie-Laure Ryan: *Avatars of Story*. Minneapolis: University of Minnesota Press 2006. Auf diese Literaturwissenschaftler/innen bezieht sich auch: Miriam Drewes: „Linie, Kreis, Polygon: Matthew Barneys CREMASTER Cycle aus narratologischer Sicht“. In: Christiane Hille; Julia Stenzel (Hrsg.): *CREMASTER ANATOMIES. Beiträge zu Matthew Barneys CREMASTER Cycle aus den Wissenschaften von Kunst, Theater und Literatur*. Bielefeld: transcript 2014, S. 57–78, hier S. 65f. Mit einem ähnlichen Begriff von Narration arbeitet zudem Nina Tecklenburg in ihrer 2014 erschienenen theaterwissenschaftlichen Dissertation, wenn sie von einer „genuinen Transmedialität des Erzählens“ spricht, vgl. Nina Tecklenburg: *Performing Stories. Erzählen in Theater und Performance*. Bielefeld: transcript 2014, S. 79ff.

³⁷ Wenn der Kunstbegriff im Folgenden so allgemein verwendet wird wie hier, bezieht er nicht nur die bildende Kunst, sondern auch Theater, Film, Tanz, Performance, Musikvideos, Videokunst u.a. mit ein.

³⁸ Richard Rogers: „Das Ende des Virtuellen. Digitale Methoden“. Aus dem Englischen von Bertold Rebhandl. In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 5 (2011), H. 2, S. 61–77, hier S. 62.

³⁹ Rogers: „Das Ende des Virtuellen“, S. 77.

Untersuchung der Kommentare als Abbild der YouTube-Öffentlichkeit gelten. Hier steht im Zentrum des Interesses, *welche* Themen und Ereignisse die Nutzer/innen diskutieren und *wie* die Akteur/innen der Inszenierungen in den Kommentarinhalten auftreten, und nicht, *ob* ein spezielles, vorab definiertes Thema verhandelt wird.

Während die Videokommentare über die empirische Inhaltsanalyse erfasst werden, fokussiert die Analyseebene der YouTube-Videos die filmische Inszenierung, die Videodramaturgie und die narrativen Strukturen im Video. Der Begriff der Narration bezieht in Anlehnung an die neuere interdisziplinäre Narrationsforschung nicht nur schriftliche und gesprochene Texte mit ein, sondern auch das visuelle Erzählen mittels Film und Bild.³⁶ Gleichrangig mit den Video- und Kommentaranalysen sind die Inszenierungsanalysen von Theater und Kunst sowie von Protest als kulturellem Akt zu betrachten. Diese finden als Ergänzung zur Inszenierung auf YouTube außerhalb der Videoplattform statt, also im Theater, im Museum oder zum Beispiel auch im Rahmen der medialen Berichterstattung über Straßenproteste.

Diese Kombination aus hermeneutischen Video- und Inszenierungsanalysen sowie empirischen qualitativen Inhaltsanalysen der Videokommentare ist Bestandteil der übergreifenden Akteursnetzwerk-Analysen. Die Studie geht folglich aus einer interdisziplinären Perspektive der Frage nach, wie YouTube in der Netzwerköffentlichkeit agiert, die um Protestinszenierungen und künstlerische³⁷ Inszenierungen entsteht. Diese Big Data, die Daten- und Bilderflut, die sich auf und mit YouTube herausbildet, wird mit einem empirischen und hermeneutischen Blick in die Tiefe statt nur mit einem oberflächlichen Streifzug durch die breite Masse unter die Lupe genommen. Insbesondere bei der Analyse der Videokommentare ist „die ‚Erdung‘ von Online-Phänomenen“³⁸ entscheidend. Der Medienwissenschaftler Richard Rogers formuliert in diesem Sinn treffend: „Erforscht werden nicht mehr ausschließlich das Internet und seine Nutzer; vielmehr können Kultur und Gesellschaft *mit dem Internet* erforscht werden.“³⁹

1.4 Auswahl der Videobeispiele und Aufbau der Studie

Wie kann eine sinnvolle Auswahl von Fallbeispielen aus den zahlreichen Videos getroffen werden, die täglich ins Internet gestellt werden, um wissenschaftliche Erkenntnisse zur Rolle von Videos und Kommentaren als Akteuren der Öffentlichkeit gewinnen zu können? Als erstes wurde die Suche nach Beispielen auf Proteste, Kunst und Theaterinszenierungen beschränkt, die explizit mit *YouTube*-Videos arbeiten: Andere Videoportale wie Vimeo oder Clipfish wurden nicht berücksichtigt, da YouTube nach wie vor Marktführer ist. Die globale YouTube-Seite rangiert laut der Auswertung der US-amerikanischen Datenbank Alexa hinter Google und Facebook sogar auf Platz 3 der weltweit meistbesuchten Internetseiten.⁴⁰ Demnach kann über die Interaktionen der Nutzer/innen auf YouTube ein bedeutender Teil der Diskurse in der Netzwerköffentlichkeit erfasst werden.

Das Ziel bei der konkreten Auswahl analysierbarer Videobeispiele auf YouTube ist, einen klar abzugrenzenden Untersuchungskorpus herauszufiltern, aber gleichzeitig ein thematisch zusammenhängendes ‚Bündel‘, ein Netzwerk an Videos auf YouTube zu erfassen. Um die Forschungsfragen der Studie ganzheitlich beantworten zu können, wurden sieben Fallbeispiele aus den Bereichen Protest, Kunst und Theater ausgewählt, bei denen YouTube als Akteur jeweils unterschiedliche Rollen einnimmt. Alle Beispiele zeichnen sich dadurch aus, dass eine Verflechtung von Inszenierungen und ihren entstehenden Öffentlichkeiten inner- und außerhalb des Internets zu beobachten ist, was aber keineswegs heißen muss, dass sie zu den meistgesehenen oder beliebtesten Videos auf YouTube gehören.

Die drei Beispiele aus dem Bereich der Protestinszenierungen in den Kapiteln 4 bis 6 wurden ausgewählt, weil sie sich mit jeweils unterschiedlichen Inszenierungsstrategien in ihren Videos explizit an die YouTube-Öffentlichkeit richten und zeigen, wie die Diskursebenen der Videos und Kommentare auf YouTube unterschiedlich genutzt werden. Im ersten Beispiel von 2010 setzt die Umweltschutzorganisation

⁴⁰ Siehe die Daten zu YouTube auf der Seite des zu Amazon gehörenden Web-Analyse-Dienstes Alexa online unter: <http://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>. Dies bezieht sich allerdings auf die US-amerikanische YouTube-Seite, die deutschsprachige Seite liegt auf einer weitaus niedrigeren Position, vgl. online unter: <http://www.alexa.com/siteinfo/youtube.de>.

Greenpeace in ihrem YouTube-Video die Inszenierungsstrategie der mimetischen Subversion ein, um das Unternehmen Nestlé für seine Rohstoffgewinnung anzuprangern und zu nachhaltigem Handeln zu bewegen. Im zweiten Beispiel von 2011 kritisiert eine ungarische Bürgerinitiative mit einem partizipativ produzierten Mashup-Video ihre Regierung. Das YouTube-Video sollte zunächst nur auf eine geplante Demonstration in Budapest aufmerksam machen, hat dann aber als eigenständiges Protestmittel eine starke Resonanz in Ungarn und auch in den internationalen Medien erfahren. Das dritte Beispiel vereint drei Videos, die im Rahmen des Protestes der ungarischen Freien Theaterszene gegen massive Kürzungen in der ungarischen Kulturpolitik 2012 auf YouTube veröffentlicht wurden. Die Protestakteur/innen vereinen die Inszenierungsstrategien der mimetischen Subversion und der partizipativen Produktion auf YouTube.

Die künstlerischen Inszenierungen und Theaterperformances, die in den Kapiteln 7 bis 9 analysiert werden, sind hingegen kein expliziter Ausdruck von Protest. Dies schließt aber nicht aus, dass durch ihre mediale (Re-)Inszenierung auf YouTube Proteste oder politische Diskurse zum Beispiel zu den Narrativen in den Kunstwerken und Theaterperformances auch nachträglich entstehen können, wie das Beispiel in Kapitel 7.1 zeigen wird. Das Video, das der Konzeptkünstler Ai Weiwei parallel zu seiner Installation *Sun Flower Seeds* in der Tate Modern London 2010 auf YouTube stellt, hat weitreichende Diskurse initiiert, die über die reine Kunstrezeption hinausgehen. Das Akteursnetzwerk zwischen Kunst und Internet, das in Kapitel 7.2. analysiert wird, zeichnet sich im Unterschied zu *Sunflower Seeds* dadurch aus, dass nicht Marina Abramović selbst die Reinszenierung ihrer Performance *The Artist is Present* auf YouTube übernimmt, sondern der Künstler Amir Baradaran. Dennoch ist die Performance, die 2010 im New Yorker MoMA stattfand, von vornherein auf eine zerstreute Rezeption im Internet als Ergänzung zum lokalen musealen Raum angelegt. Bei den seit 2012 laufenden *Tate Live Performances*, die in Kapitel 8 vorgestellt werden, findet hingegen eine komplette

Verlagerung der Kunstöffentlichkeit auf YouTube statt: Die Kunstperformances werden ausschließlich live auf YouTube übertragen. Im letzten analysierten Beispiel in Kapitel 9 tritt wiederum YouTube selbst als Akteur auf der Theaterbühne auf: Die Inszenierung *Western Society* des Theaterkollektivs Gob Squad von 2013 bildet ein Akteursnetzwerk zwischen Theater und YouTube, da zunächst ein YouTube-Video im Theaterraum reinszeniert wird und anschließend Ausschnitte aus der Theaterperformance im Display YouTube gezeigt werden.

Um die Akteursnetzwerke dieser verschiedenen Inszenierungen in den Kapiteln 4 bis 9 herauszuarbeiten, wird dem analytischen Teil der Dissertation ein theoretisch-konzeptioneller vorangestellt: In Kapitel 2 wird der vielschichtige Inszenierungsbegriff nicht nur für Proteste, Kunst und Theater, sondern auch für die Prozesse und Interaktionen auf YouTube nutzbar gemacht, die eine „Performanz des Netzes“⁴¹ darstellen. Außerdem werden die Produktions- und Rezeptionsbedingungen auf YouTube und die verschiedenen Rollen der Plattform als Akteur in den Inszenierungen knapp theoretisch beleuchtet: YouTube als Videonetzwerk, als Medium, als Dispositiv und Display sowie als Archiv. Durch den Inszenierungsmodus des ‚Bilderflusses‘ auf YouTube wird die Öffentlichkeit der Videos und damit der gesamten Inszenierungen stetig erweitert. Kapitel 3 beleuchtet detailliert den Begriff der Öffentlichkeit als theoretisches Konzept und analytische Kategorie aus einer interdisziplinären Perspektive und fokussiert die Öffentlichkeit im Internet sowie anschließend die YouTube-Öffentlichkeit als Teil der Netzwerköffentlichkeit.

⁴¹ Ernst; Wagner: „Performanz des Netzes“.

Der vorgestellte theoretische Rahmen der Studie wird zwar vor den Fallbeispielen dargestellt, er wurde aber in direkter Auseinandersetzung mit ihnen entwickelt, was auch mit dem Ansatz der Grounded Theory im Rahmen der empirischen qualitativen Inhaltsanalyse im Einklang ist. Der analytische und der theoretische Teil der Dissertation beziehen sich demnach wechselseitig aufeinander, um dem vernetzten, jungen Forschungsgegenstand YouTube gerecht werden zu können. Das letzte Kapitel 10 fasst die Forschungsergebnisse zusammen und skiz-

⁴² Eine ausführliche Darstellung des gesamten interdisziplinären Forschungsstandes zum Begriff der Öffentlichkeit kann und soll hier nicht geleistet werden. In diesem Kapitel sollen nur die Forschungsdesiderate rund um das Themenfeld von Öffentlichkeit in direktem Bezug auf YouTube aufgezeigt werden.

⁴³ Vgl. Geert Lovink; Sabine Niederer (Hrsg.): *Video Vortex Reader. Responses to YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures 2008, online unter: http://networkcultures.org/wpmu/portal/files/2008/10/vv_reader_small.pdf sowie Lovink; Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*.

⁴⁴ Vgl. Patrick Vonderau; Pelle Snickars (Hrsg.): *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden 2009.

⁴⁵ Julia Schumacher; Andreas Stuhlmann (Hrsg.): *Videoportale: Broadcast Yourself? Versprechen und Enttäuschung*. Hamburg: Institut für Medien und Kommunikation im Fachbereich SLM 1 der Universität Hamburg 2011 (=Hamburger Hefte zur Medienkultur, H. 12), online unter: http://www.slm.uni-hamburg.de/imk/HamburgerHefte/HH12_Videoportale.pdf.

⁴⁶ Joan Kristin Bleicher: „YouTube als Supermedium im Spiegel der Forschung“. In: Schumacher; Stuhlmann (Hrsg.): *Videoportale: Broadcast Yourself?*, S. 13–26.

⁴⁷ Vgl. Janine Marchessault; Susan Lord (Hrsg.): *Fluid screens, expanded cinema*. Toronto: University of Toronto Press 2007. Dieser Sammelband basiert auf dem von Gene Youngblood bereits 1970 eingeführten Begriff des „expanded cinema“, vgl. Gene Youngblood: *Expanded Cinema*. New York: Dutton 1970.

⁴⁸ Vgl. Paul Grainge (Hrsg.): *Ephe-meral Media. Transitory Culture from Television to YouTube*.

ziert in einem Ausblick das Potenzial für Anschlussprojekte. Da jede Forschung zu YouTube nur einen kleinen Teil dieser Videoplattform beleuchten kann, beansprucht diese Studie nicht, eine ganzheitliche Erforschung YouTubes zu bieten, sondern sie schließt eine ausgewählte Forschungslücke, die im folgenden Kapitel anhand eines Überblicks über die bereits erschienenen themenbezogenen Forschungsergebnisse aufgezeigt wird.

1.5 Zwölf Jahre YouTube: der Forschungsstand

Zu YouTube sind seit der Gründung 2005 bereits zahlreiche Forschungsbeiträge veröffentlicht worden. Im Folgenden wird ein Überblick über die sehr diversen methodischen Zugänge zu YouTube als Forschungsgegenstand in der Medien-, Film-, Theater- und Kommunikationswissenschaft gegeben. Außerdem beleuchtet dieses Kapitel ausgewählte Beiträge zum Thema (Online-)Öffentlichkeit, die für die Bearbeitung der Forschungsfrage und das methodische Vorgehen relevant sind.⁴²

Die folgenden Beiträge geben einen ersten Überblick über die frühe YouTube-Forschung und setzen sich mit der Plattform aus medientheoretischer und filmgeschichtlicher Perspektive sowie im Rahmen der Cultural Studies auseinander: die vom Institute of Network Cultures in Amsterdam herausgegebenen Tagungsbände *Video Vortex Reader 2008: Responses to YouTube* und *Video Vortex Reader 2011: Images beyond YouTube*,⁴³ der 2009 von Patrick Vonderau und Pelle Snickars herausgegebene *YouTube Reader*,⁴⁴ sowie das 2011 innerhalb der Reihe *Hamburger Hefte zur Medienkultur* erschienene deutschsprachige Pendant *Videoportale: Broadcast Yourself? Versprechen und Enttäuschung*.⁴⁵ Die Medienwissenschaftlerin Joan Kristin Bleicher bietet in diesem Band einen nach Themenfeldern gut strukturierten Überblick zu YouTube als „Supermedium im Spiegel der Forschung“⁴⁶, in dem sie die medienökonomischen, -historischen und -ästhetischen Forschungsbeiträge zu YouTube skizziert, von denen einige ausgewählte auch im Folgenden vorgestellt werden. In der Film- und Fernsehforschung werden YouTube und Online-Videos allgemein im Kontext des „expanded

cinema“ thematisiert.⁴⁷ Der 2011 erschienene Sammelband *Ephemeral Media: Transitory Screen Culture from Television to YouTube*⁴⁸ fokussiert die Strategien der Aufmerksamkeitserzeugung und die Sehgewohnheiten der Rezipient/innen im Wandel vom Fernsehen zu YouTube. Joost Broeren untersucht, wie das „Early Cinema“⁴⁹ auf YouTube (re-)präsentiert wird und stellt ebenso wie Theresa Rizzo in ihrem Beitrag den Bezug zwischen YouTube und Tom Gunnings Begriff des „Cinema of Attractions“⁵⁰ her. Der 2013 erschienene Band *Unruly Media: YouTube, Music Video, and the New Digital Cinema*⁵¹ von Carol Vernallis zeigt zum Beispiel den Einfluss von YouTube auf die Ästhetik von Musikvideos und auf das „digital post-classical cinema“ anhand mehrerer Videoanalysen auf. Die Kunsthistorikerin Nina Gerlach analysiert den Einfluss von Videoportalen auf die Präsentation von Kunst im Internet und charakterisiert solche Plattformen als „hybride Ausstellungsräume des postmedialen Zeitalters“⁵².

Eine Reihe von medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschungsbeiträgen zielt darauf ab, plattformübergreifende Strukturprinzipien in Bezug auf YouTube zu formulieren. Es werden die Potenziale von YouTube als „heterogeneous, but for the most part accidental and disordered, public archive“⁵³, als „digitale Wunderkammer“⁵⁴ und als „kollektives Gedächtnis“ der visuellen Medienkultur ausgelotet, als welches Snickars und Vonderau die Plattform charakterisieren: „Establishing a clip culture that outpaces cinema and television, the branded video-distribution platform holds the broadest repository of moving-image culture to date.“⁵⁵ Während Anandam P. Kavoori eine Auswahl an Videos aus semiotischer Perspektive beleuchtet,⁵⁶ untersuchen Jean Burgess und Joshua Green einen Korpus von 4320 Videos mit qualitativen und quantitativen empirischen Methoden. Die Auswahl für dieses Set trafen sie in einem bestimmten Zeitraum im Jahr 2007 anhand der vier bei YouTube auswählbaren Kategorien „Most Viewed, Most Favorited, Most Responded, Most Discussed“.⁵⁷ Burgess und Green betonen zwar ebenso wie Michael Strangelove in seiner 2010 erschienenen Monografie *Watching YouTube*, dass jede ein-

London: Palgrave Macmillan 2011. Vgl. auch den folgenden Band, der die Performanz von kollektiven virtuellen Musikkonzerten und Computerspielen untersucht: Kiri Miller: *Playing along. Digital games, YouTube, and virtual performance*. Oxford / New York: Oxford University Press 2012.

⁴⁹ Vgl. Joost Broeren: „Digital Attractions: Reloading Early Cinema in Online Video Collections“. In: Vonderau, Snickars (Hrsg.): *The YouTube Reader*, S. 154–165. Vgl. auch die folgenden filmwissenschaftlichen Beiträge zu YouTube: Thomas Elsaesser: „Constructive Instability“, or: The Life of Things as the Cinema's Afterlife“. In: Lovink; Niederer (Hrsg.): *VideoVortex Reader. Responses to YouTube*, S. 13–32 und Thomas Elsaesser: „Tales of Epiphany and Entropy. Around the World in Eighty Clicks“. In: Vonderau; Snickars (Hrsg.): *The YouTube Reader*, S. 166–186.

⁵⁰ Theresa Rizzo: „YouTube. The New Cinema of Attractions“. In: *Journal of Media Arts Culture* 5 (2008), online unter: http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal_id=109 sowie dazu Tom Gunning: „The Cinema of Attractions. Early Films, Its Spectator and the Avant-Garde“. In: Thomas Elsaesser; Adam Barker (Hrsg.): *Early Cinema. Space, Frame, Narrative*. London: British Film Institute 1990, S. 56–62.

⁵¹ Carol Vernallis: *Unruly Media: YouTube, Music Video, and the New Digital Cinema*. Oxford: Oxford University Press 2013.

⁵² Vgl. Nina Gerlach: „Online-Videoportale als hybride Ausstellungsräume des postmedialen Zeitalters und das kunstwissenschaftliche Instrument der kognitiven Metapher“. In: *Zeitschrift für Kunstgeschichte* 77 (2014), H. 1, S. 117–130.

⁵³ Jean Burgess; Joshua Green: *YouTube. Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity 2009, S. 89 (=Digital Media and Society Series).

⁵⁴ Robert Gehl: „YouTube as archive. Who will curate this digital wunderkammer?“. In: *International Journal of Cultural Studies* 12 (2009), H. 1, S. 43–60, hier S. 45. Vgl. zu YouTube als Archiv u.a. Rick Prelinger: „The Appearance of Archives“. In: Snickars; Vonderau (Hrsg.): *The YouTube Reader*, S. 268–275; Sheenagh Pietrobruno: „YouTube and the social archiving of intangible heritage“. In: *New Media & Society* 15 (2013), Nr. 8, S. 1259–1276; Nicola Valeska Weber: „Broadcast (Stock-) Footage. Überlegungen zum Archiv-Charakter von YouTube“. In: Schumacher; Stuhlmann (Hrsg.): *Videoportale: Broadcast Yourself?*, S. 43–57; Alan McKee: „YouTube versus the National Film and Sound Archive: Which Is the More Useful Resource for Historians of Australian Television?“. In: *Television & New Media* 12 (2011), H. 2, S. 154–173; Thomas Thiel: „Curator as Filter/User as Curator“. In: Lovink; Niederer (Hrsg.): *Video Vortex Reader. Responses to YouTube*, S. 181–188 sowie Meike Wagner: „Populärkultur und Archiv. Social Networking als Archivpraxis“. In: *MAP - Media | Archive | Performance, Ausgabe 1: Beweglicher Zugang™ - Eine Eröffnung*, (2009), online unter: <http://www.performap.de/map1/iv.-digitale-archiv-szenarien/Das-Popu-laere-und-das-Archiv.-Social-Networking>.

⁵⁵ Pelle Snickars; Patrick Vonderau: „Introduction“. In: Vonderau, Snickars (Hrsg.): *The YouTube Reader*, S. 9–21, hier S. 11.

⁵⁶ Vgl. Anandam P. Kavoori: *Reading YouTube. The critical viewers guide*. New York: Lang 2011. Einen semiotischen Zugang wählt auch: Elisabetta Adami: „We/YouTube: exploring sign-making in video-interaction“. In: *Visual Communication* 8 (2009), H. 4, S. 379–399.

⁵⁷ Vgl. Burgess; Green: *YouTube*, S. 38.

zelne Studie zeige, wie divers YouTube sei.⁵⁸ Auffallend ist aber, dass diese Forschungsbeiträge immer wieder dieselben US-amerikanischen Videos aus den Anfangsjahren von YouTube analysieren, was sicherlich damit zusammenhängt, dass die meistgeklickten Videos ausgiebige Forschungsergebnisse zu den kulturellen Praktiken der Nutzer/innen erwarten lassen.⁵⁹ Strangelove bietet keine empirische Analyse wie Burgess und Green, sondern einen eher oberflächlichen Streifzug durch die Inhalte von Amateurvideos als „Home Movies“ und teilt diese in themenbezogene Kategorien wie „The Home and the Family on YouTube“, „Woman of the Tube“ und „The YouTube Wars: Politics, Religion, and Armed Conflict“ ein.⁶⁰

Die 2016 erschienene medienwissenschaftliche Dissertation *Poetics of Early YouTube* von Rainer Hillrichs nimmt die Ästhetik von Videoblogs auf YouTube in den Blick, die in den ersten zwei Jahren nach der Gründung von YouTube, 2005 und 2006, veröffentlicht wurden.⁶¹ Roman Mareks 2013 erschienene Dissertation *Understanding YouTube – Über die Faszination eines Mediums* fokussiert ebenfalls die Medienkultur auf YouTube, analysiert die Praktiken der YouTube-Nutzer/innen allerdings anhand eines einzigen Videos, das sich rasant über die Plattform verbreitet hat: das über 48 Millionen Mal angeklickte YouTube-Video *Leave Britney Alone*.⁶² von 2007. Marek zeigt auf, wie die Zirkulation der Bilder das Videomaterial selbst beeinflusst und identifiziert drei Formen der veränderten Wiederholung des Clips: die identischen Videoklone, Recyclingvideos mit Modifikationen durch andere Nutzer/innen sowie Nachahmungen und Parodien.⁶³

Seth Keen stellt ebenfalls die Dynamik der Onlinevideo-Kultur in den Vordergrund, beschränkt sich bei der Analyse der Praktiken des interaktiven, digitalen Dokumentarfilms aber nicht auf die Plattform YouTube. Er arbeitet in seiner 2014 erschienenen Dissertation *Netvideo Nonvideo Newvideo*⁶⁴ mit dem Netzwerkbegriff als theoretischem Rahmen, den auch Andreas Treske nutzt, um eine Onlinevideo-Ästhetik zu beschreiben, die er die „Inner Life of Video Spheres“⁶⁵ oder in seiner 2015 erschienenen Monografie auch schlicht „Online Video

Aesthetics and the Afterlife of Video“⁶⁶ nennt. Dieses „Nachleben“ der Videos steht auch in der vorliegenden Untersuchung im Fokus. Keen und Treske forschen beide im Projekt *Video Vortex* am 2004 aufgebauten medienwissenschaftlichen Institute of Network Cultures in Amsterdam.⁶⁷ Diese Studien erfassen das Internet aus theoretischer Sicht mit der Metapher des Netzes, für das Félix Guattaris und Gilles Deleuzes Begriff des antihierarchisch geprägten Rhizoms⁶⁸ als theoretische Basis dient und worauf sich auch Bruno Latour in Hinblick auf die ANT beruft.⁶⁹ Der 2014 von den Kommunikationswissenschaftler/innen David J. Krieger und Andréa Beller veröffentlichte Band *Interpreting Networks – Hermeneutics, Actor-Networks Theory & New Media*⁷⁰ bietet einen Überblick, welchen Beitrag die ANT in Bezug auf die Erforschung digitaler Medien leisten kann. Ebenfalls mit dem Netzwerkbegriff der ANT, die Netzwerke als agierende Instanzen und nicht als statische Analysegegenstände begreift, nimmt die Kunstwissenschaftlerin Anna Munster in ihrer 2013 erschienenen Publikation *Aesthesis of Networks* die Dynamiken und Prozesse digitaler Netzwerke anhand konkreter Beispiele zu YouTube und Google Maps in den Blick.⁷¹ Munsters Thesen und methodische Ansätze sind teilweise bereits 2005 im Aufsatz *Distributed Aesthetics* erschienen, den sie zusammen mit Lovink online veröffentlicht hat⁷² und der ebenfalls auf den Prämissen der ANT basiert. Diese Perspektive einer distribuierten Ästhetik bildete die theoretische Basis für das abgeschlossene theaterwissenschaftliche Forschungsprojekt *Networking – Zur Performanz distribuerter Ästhetik* (2007-2009) an der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU), dessen Ergebnisse in einem 2011 veröffentlichten Tagungsband *Netzkulturen: kollektiv, kreativ, performativ*⁷³ publiziert worden sind und eine entscheidende Basis für die theoretische und analytische Perspektive der Inszenierungsanalysen in der vorliegenden Studie bilden.

In Forschungen zur Rolle von YouTube-Videos in der Öffentlichkeit wird meist eine themenspezifische Auswahl an Videos und Kommentaren beleuchtet. Insbesondere die Themen Krieg, Gewalt und

⁵⁸ Vgl. Burgess; Green: *YouTube*, S. 7 und Michael Strangelove: *Watching YouTube. Extraordinary Videos by Ordinary People*. Toronto: University of Toronto Press 2010, S. 9.

⁵⁹ Dazu gehören unter anderem die Videos im Blog von lonelygirl15, die in Kapitel 1.2 erwähnt wurden. Diese analysiert zum Beispiel auch die 2013 erschienene Dissertation von Ulf Otto in einem Kapitel zur Selbstdarstellung in den digitalen Medien. Vgl. Ulf Otto: *Internetauftritte. Eine Theatergeschichte der neuen Medien*. Bielefeld: transcript 2013, S. 243ff.

⁶⁰ Vgl. Strangelove: *Watching YouTube*.

⁶¹ Vgl. Rainer Hillrichs: *Poetics of Early YouTube. Production, Performance, Success*. Bonn: ULB 2016, online unter: <http://hss.ulb.uni-bonn.de/2016/4407/4407.htm>.

⁶² Das YouTube-Video *Leave Britney Alone!* von Nutzer/ in itschriscrocker wurde am 10.09.2007 auf YouTube gestellt, 48.928.876-Mal angeschaut und hat 532.338 Kommentare erhalten. Das Video und die tagesaktuelle Statistik sind auf YouTube online unter: <http://youtu.be/kHmvkRoEowc>. Dieses Video wurde auch in den Studien von Burgess und Green sowie Strangelove analysiert.

⁶³ Vgl. Roman Marek: *Understanding YouTube. Über die Faszination eines Mediums*. Bielefeld: transcript 2013, S. 304ff.

⁶⁴ Vgl. Seth Keen: *Netvideo Non-video Newvideo – Designing a multilinear nonnarrative form for interactive documentary*. Melbourne: RMIT University, School of Media and Communication College of Design and Social Context 2014, online unter: <http://www.sethkeen.net/phd/sethkeenPhD.pdf>.

⁶⁵ Andreas Treske: *The inner life of video spheres. Theory for the YouTube Generation*. Amsterdam: Institute of Network Cultures Amsterdam 2013 (=Network Notebook Series Bd. 6), online unter: http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2013/02/0121-INC_NN6_BW4_lr_cover2.pdf.

⁶⁶ Andreas Treske: *Video Theory. Online Video Aesthetics or the Afterlife of Online Video*. Bielefeld: transcript 2015.

⁶⁷ Vgl. die Website des Instituts, das von Lovink gegründet wurde, online unter: <http://network-cultures.org/about/> und die Projektbeschreibung zu *Videoortex* online unter: <http://network-cultures.org/videoortex/>.

⁶⁸ Vgl. Gilles Deleuze; Félix Guattari: *Rhizom*. Berlin: Merve Verlag 1977.

⁶⁹ Bruno Latour: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie [Reassembling The Social. Introduction to Actor-Network-Theory, 2005]*. Aus dem Englischen von Gustav Roßler. Frankfurt am Main: Suhrkamp taschenbuch wissenschaft 1967).

⁷⁰ Krieger; Belliger: *Interpreting Networks*.

⁷¹ Vgl. Anna Munster: *An Aesthetics of Networks. A Conjunctive Experience in Art and Technology*. Cambridge, Mass: MIT Press 2013.

⁷² Vgl. Anna Munster; Geert Lovink: „Theses on Distributed Aesthetics. Or, What a Network is Not“. In: *Fibreculture 7* (2005), online unter: http://journal.fibreculture.org/issue7/issue7_munster_lo-vink_print.html.

⁷³ Vgl. Josef Bairlein; Christopher Balme; Jörg von Brincken u.a. (Hrsg.): *Netzkulturen. Kollektiv, kreativ, performativ*. München: epodium 2011.

Religion werden in Forschungsbeiträgen aus den Bereichen Medienwissenschaften und Cultural Studies in wissenschaftlichen Journalen aufgegriffen. Die Forscher/innen analysieren die YouTube-Videos empirisch oder hermeneutisch und zeigen auf, wie zum Beispiel Gewalttaten auf YouTube medialisiert und rezipiert werden⁷⁴, inwiefern YouTube als „Archiv der Affekte“ bei gewaltigen Straßenprotesten fungiert⁷⁵ oder wie bestimmte religiöse Gruppen YouTube nutzen.⁷⁶ Diverse Forschungen fokussieren die Medialisierung von Videoaktivismus auf YouTube und untersuchen ausgewählte Protestereignisse oder analysieren Videos als dokumentierende „Zeugen“⁷⁷ für Menschenrechtsverletzungen. In einigen Beiträgen liegt der Fokus explizit auf dem entstehenden öffentlichen Diskurs, den die Videos in den Kommentarspalten auf YouTube oder auch in anderen Medien initiieren.⁷⁸

Bei politik- und kommunikationswissenschaftlichen Forschungen mit einem Fokus auf der Online-Öffentlichkeit auf YouTube steht die Frage im Vordergrund, wie die entstehenden vernetzten Diskurse der Internetnutzer/innen zur Beteiligung der Bürger/innen an der politischen Öffentlichkeit beitragen.⁷⁹ In den frühen Beiträgen, in denen YouTube als politische Öffentlichkeit empirisch untersucht wird, lässt sich die Tendenz feststellen, dass YouTube-Videos während der US-amerikanischen Wahlen 2008 häufig als Fallbeispiele genutzt werden.⁸⁰ Diese netzwerkorientierten Perspektiven auf den Öffentlichkeitsbegriff stützen sich meist auf die beiden sehr einflussreichen theoretisch-konzeptionellen Werke *The Rise of The Network Society*⁸¹ des Soziologen Manuel Castells 1996 und *The Wealth of Networks*⁸² des Juristen Yochai Benkler 2006, auf deren Basis auch die 2008 erschienene Publikation *Networked Publics*⁸³ die vier Themenfelder (Öffentlicher) Raum, Kultur, Politik und Infrastruktur unter Netzwerkbedingungen aus kulturwissenschaftlicher Sicht beleuchtet.

Soziologisch ausgerichtete Forschungen messen die Reichweite der Videos, untersuchen YouTube-Nutzer/innen als Rezipient/innen und Produzent/innen von Diskursen in der Internet-Öffentlichkeit⁸⁴ und nehmen zudem die Auswirkungen von *user-generated content* auf

den Journalismus in den Blick.⁸⁵ Jessica Einspänner-Pflock, Mark Dang-Anh und Caja Thimm beleuchten in ihrem 2014 erschienenen Sammelband die neu entstandenen vielfältigen *Partizipationskulturen im Netz* aus der Perspektive des Konzepts der Mediatisierung, das der Kommunikationswissenschaftler und Soziologe Friedrich Krotz geprägt hat.⁸⁶ Die Herausgeber/innen setzen sich dabei das Ziel, die „Präzisierung des Partizipationsbegriffs“⁸⁷ vorzunehmen, und versammeln Beiträge über YouTube-Videos, Facebook, Blogs oder ausgewählte Websites als empirisch untersuchte Fallbeispiele.⁸⁸ Ähnlich nimmt Yannis Theocharis die Konzeptionalisierung von „Digitally Networked Participation“ als Form politischer Partizipation in seinem 2015 erschienenen politikwissenschaftlichen Aufsatz vor.⁸⁹ Mit dem Ansatz einer „individuell-protestorientierte[n] Partizipation“⁹⁰, die neben deliberativer Partizipation durch Leserkommentare in der Online-Öffentlichkeit entstehe, verknüpft Tobias Zimmermanns 2017 erschienene politikwissenschaftliche Dissertation die Protestforschung mit der empirischen Analyse von Online-Öffentlichkeit. Er untersucht dabei den Stellenwert des Online-Leserkommentars für eine deliberative Öffentlichkeit im Habermas'schen Sinn.

Der Band *Unternehmenskritische Kampagnen* von 2010 untersucht explizit die Partizipation im Internet mit Fokus auf den Wandel von Protestereignissen. Die Autorinnen nehmen eine Reihe neuer Protestformen im Internet als „transnationale soziale Vernetzungsstrategien“⁹¹ in den Blick, wobei dort die Bedeutung des Social Web noch kaum eine Rolle spielt, da die untersuchten Protestkampagnen alle zwischen 1995 und 2005 lanciert wurden. Zum politischen „Social Media Activism“ nach 2011 sind ab 2015 einige Arbeiten erschienen mit Fallstudien zum Beispiel zu den Protesten in der Türkei, zum ‚Arabischen Frühling‘ und zur Occupy- und Anonymous-Bewegung.⁹² In neuen Forschungsbeiträgen zum Online-Aktivismus werden rein technikzentrierte Ansätze in Frage gestellt⁹³ und es wird zudem empirisch geprüft, mit welchen geeigneten Instrumenten sich etwaige Auswirkungen und „Konsequenzen von Social Media Protesten“ messen lassen.⁹⁴

⁷⁴ Vgl. u.a. Christian Christensen: „Uploading dissonance: YouTube and the US occupation of Iraq“. In: *Media, War & Conflict* 1(2008), H. 2, S. 155–175. Neill Kambouri; Pavlos Hatzopoulos: „Making Violent Practices Public“. In: Lovink; Niederer (Hrsg.): *Video Vortex Reader. Responses to YouTube*, S. 125–131; Elizabeth Losh: „Shooting for the public: YouTube, Flickr, and the Mavi Marmara Shootings“. In: Lovink, Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 283–292.

⁷⁵ Christoffer Kolvraa; Carsten Stage: „Street Protests and Affects on YouTube. Investigating DIY Videos of Violent Street Protests as an Archive of Affect and Event Desire“. In: *Culture Unbound* 8 (2016), S. 122–143.

⁷⁶ Vgl. u.a. Lela Mosemghdhlsh-vili; Jeroen Jansz: „Framing and praising Allah on YouTube: Exploring user-created videos about Islam and the motivations for producing them“. In: *New Media Society* (September 2012, zuerst online veröffentlicht), S. 1–19 und Liesbet van Zoonen; Farida Vis; Sabina Mihelj: „YouTube interactions between agonism, antagonism and dialogue: Video responses to the anti-Islam film Fitna“. In: *New Media & Society* 13 (2011), H. 8, S. 1283–1300.

⁷⁷ Vgl. das Videoprojekt Witness und dazu den Artikel des Gründers: Sam Gregory: „Cameras Everywhere: Ubiquitous Video Documentation of Human Rights, New Forms of Video Advocacy, and Considerations of Safety, Security, Dignity and Consent“. In: Lovink, Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 268–282. Vgl. zu Videoaktivismus ebenso: Jacques D. M. Gimeno; Bradley C. Freeman: „Videoblogging‘ Human Rights on YouTube. An Ethical Dilemma“. In: Robert A. Crop; William S. Krumm-nacher (Hrsg.): *Information communication technologies*

and the virtual public sphere. *Impact of network structures on civil society*. Hershey PA: Information Science Reference 2011, S. 116–140; Tatiana Tatarchevsky: „The „popular” culture of internet activism”. In: *New Media & Society* 12 (2011), H. 2, S. 297–313; Ferdiansyah Thajib; Nuraini Juliastuti, Andrew Lowenthal, Alexandra Crosby: „A chronicle of Video Activism and Online Distribution in Post-New Order Indonesia”. In: Lovink, Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 178–194 and Matteo Vergani; Dennis Zuev: „Analysis of YouTube Videos Used by Activists in the Uyghur Nationalist Movement. Combining quantitative and qualitative methods”. In: *Journal of Contemporary China* 20 (2011), H. 69, S.205–229.

⁷⁸ Vgl. u.a. Mary Grace Antony; Ryan J. Thomas: „This is citizen journalism at its finest: YouTube and the public sphere in the Oscar Grant shooting incident”. In: *New Media & Society* 12 (2010), H. 8, S. 1280–1296; Simon Lindgren: „YouTube gunmen? Mapping participatory media discourse on school shooting videos”. In: *Media, Culture & Society* 33 (2011), H. 1, S. 123–136; Paul Reilly: „Every little helps? YouTube, sousveillance and the ‘anti-Tesco’ riot in Stokes Croft”. In: *New Media & Society* 17 (2015), H. 5, S. 755–771 sowie Anthony McCosker: „Trolling as provocation. YouTube’s agonistic publics”. In: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 20 (2014), H. 2, S. 201–217.

⁷⁹ Vgl. u.a. Greg Goldberg: „Rethinking the public/virtual sphere. The problem with participation”. In *New Media & Society* 13 (2011), H. 5, S. 739–754; Lincoln Dahlberg: „Rethinking the fragmentation of the cyberpublic. From consensus to contestation”. In: *New Media & Society* 9 (2007), H. 5, S. 827–847; Tael Harper: „The big data public and

Die beiden folgenden empirischen kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten zur Online-Öffentlichkeit haben die methodischen Vorgehensweise der vorliegenden Studie erheblich beeinflusst und werden im Folgenden näher vorgestellt: die Dissertation *Politische Kommunikationsräume im Internet*⁹⁵ von Ricarda Drüeke und die Dissertation *Anschlusskommunikation in der Netzwerköffentlichkeit*⁹⁶ von Christian Nuernbergk, beide 2013 erschienen. Drüeke stellt ein normativ geprägtes theoretisches Modell von politischen Kommunikationsräumen im Internet auf, das den Anspruch hat, möglichst alle Akteursgruppen im jeweiligen Kommunikationsprozess zu erfassen.⁹⁷ Sie prüft dieses Modell anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse der Online-Debatte um die Abschiebung einer Flüchtlingsfamilie aus Österreich. Drüekes besonderer Fokus liegt dabei auf Raumtheorien, die Räume als „Produkte sozialer und kulturelle[r] Praxen sowie als Diskurse“⁹⁸ verstehen. Nuernbergks Dissertation legt den Fokus stärker auf eine Netzwerkperspektive. Seine Studie zur Netzwerköffentlichkeit untersucht die Internet-Öffentlichkeit mit den Methoden der Inhalts- und Netzwerkanalyse am Beispiel von zwei Blogs, die über den G8-Gipfel in Heiligendamm 2007 berichten. In dem thematisch daran anknüpfenden DFG-Projekt *Themendynamiken in der Internet-öffentlichkeit* (2012 bis 2014) wurden die hier angewandten quantitativen und qualitativen Methoden weiterentwickelt, um die Netzwerköffentlichkeit speziell im Nachrichtendienst Twitter zu erforschen.⁹⁹ Solche Formen automatisierter und manueller Online-Inhaltsanalysen und das „Social Media Monitoring“ als Erforschung von diskutierten Themen, Meinungen und Verhalten im Internet haben sich mittlerweile häufig auch als praxisorientierte betriebswirtschaftliche Forschungsfelder in Kooperationen mit Unternehmen etabliert.¹⁰⁰ Einen detaillierten interdisziplinären Überblick über die empirischen Methoden zur Erforschung der Kommunikation im Internet bieten die Sammelbände *Die Online-Inhaltsanalyse – Forschungsobjekt Internet* von 2010 und *Methoden der Webwissenschaft* von 2013.¹⁰¹

Theoretisch-konzeptionelle Beiträge zur aktuellen Öffentlichkeitsforschung in der Kommunikationswissenschaft sind die Dissertation (*Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft* von Jeffrey Wimmer aus dem Jahr 2007,¹⁰² dessen Ansätze auch im Rahmen von Protesten als Bildung einer medialen Gegenöffentlichkeit auf YouTube relevant sind, und Manuel Wendelins 2011 erschienene Publikation *Medialisierung der Öffentlichkeit*¹⁰³. Wendelin bietet einen historischen Überblick über die Wechselwirkungen zwischen der Medien- und der Öffentlichkeitsentwicklung, die er an vier verschiedenen medialen Umbrüchen im 19. und 20. Jahrhundert festmacht. An seinem Forschungsausblick zur Öffentlichkeit in der fünften medialen Umbruchphase, die das Internet als weitere Form von Medialisierung der Gesellschaft hervorruft, knüpft die vorliegende Studie an und fokussiert dabei die mediale Öffentlichkeit auf YouTube.

Für die in Kapitel 3 hergeleitete Definition des Öffentlichkeitsbegriffs und im Rahmen der Analyse von YouTube als Akteur der Kunst- und Theateröffentlichkeit bildet Christopher Balme Monografie *The Theatrical Public Sphere* aus dem Jahr 2014 einen grundlegenden Beitrag aus der Theaterwissenschaft.¹⁰⁴ Balme begreift das Theater nicht nur als Kunstform, sondern als Akteur der Öffentlichkeit: Zum einen, indem sein Begriff der Theateröffentlichkeit über den des Theaterpublikums als Kunstrezipient/innen im Zuschauerraum hinausgeht, zum anderen, indem Theateröffentlichkeit mehr als die Sphäre der medialen Theaterkritik erfasst und das Theater ebenso ein Akteur der politischen Öffentlichkeit werden kann, wie er an vielen historischen und zeitgenössischen Beispielen von Theaterskandalen und Protesten aufzeigt. Anhand der Performance *The Artist is Present* von Marina Abramović im MoMA New York nimmt Balme zudem die Theateröffentlichkeit im Internet in den Blick und zeigt, wie eine Kunstperformance als distribuierte Ästhetik im Internet „weiterleben“¹⁰⁵ kann. Die Analyse von *The Artist is Present* in Kapitel 7.2. der vorliegenden Studie fokussiert die Rolle YouTubes in der künstlerischen Inszenierung und wertet zudem die Videokommentare der YouTube-Nutzer/

its problems: Big data and the structural transformation of the public sphere.“ In: *New Media & Society* (April 2016, zuerst online veröffentlicht), S. 1–16; Terje Rasmussen: „The Significance of Internet Communication in Public Deliberation“. In: *Javnost. The Public*. 16 (2009), H. 1, S. 17–32; Deen G. Free-lon: „Analyzing online political discussion using three models of democratic communication“. In: *New Media & Society* 12 (2010), H. 7, S. 1172–1190; Benjamin T. Bowyer; Joseph E. Kahne: „Youth comprehension of political messages in YouTube videos“. In: *New Media & Society* 19 (2017), H. 4, S. 522–541; Bruce Etling; John Kelly; Robert Faris; John Palfrey: „Mapping the Arabic blogosphere. Politics and dissent online“. In: *New Media & Society* 12 (2010), H. 8, S. 1225–1243; Bart Cammaerts: „Radical pluralism and free speech in online public spaces: The case of North Belgian extreme right discourses“. In: *International Journal of Cultural Studies* 12 (2009), H. 6, 555–575.

⁸⁰ Vgl. u.a. Tara Zepel: „Cultural Analytics at Work: The 2008 U.S. Presidential Online Video Ads“. In: Lovink, Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 234–259; Terri L. Townner; David A. Dulio: „An experiment of campaign effects during the YouTube election“. In: *New Media & Society* 13 (2011), H. 4, S. 626–644; Vgl. zu anderen Wahlen auch: Joon Soo Lim; Guy J. Golan: „Social Media Activism in Response to the Influence of Political Parody Videos on YouTube“. In: *Communication Research* 38 (2011), H. 5, S. 710–727; Albert L. May: „Who Tube? How YouTube’s News and Politics Space Is Going Mainstream“. In: *The International Journal of Press/Politics* 15 (2010), H. 4, S. 499–511; Christina Neumayer: „Which alternative? A Critical Analysis of YouTube-Comments in Anti-Fascist Protest“. In: *tripleC. Cognition, Communication, Co-operation*

10 (2012), H. 1, S. 56–65. Einen Beitrag aus der Perspektive der Performance Studies bietet u.a.: Nikki T. Cesare: „Barack Me Tonight! Re-sounding politics via the Interweb“. In: *Performance Research International* 16 (2011), H. 2, S. 105–112.

⁸¹ Manuel Castells: *The Rise of The Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers 1996.

⁸² Yochai Benkler: *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven/London: Yale University Press 2006.

⁸³ Kazys Varnelis (Hrsg.): *Networked Publics*. Cambridge / London: MIT Press 2008.

⁸⁴ Vgl. Jin Kim: „The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content“. In: *Media, Culture & Society* 34 (2012), H. 1, S. 53–67; José van Dijk: „Users like you? Theorizing agency in user-generated content“. In: *Media, Culture & Society* 31(2009), H. 1, S. 41–58; Janneke Brouwers; Lucas Cornips; Wolfgang Kaltenbrunner u.a. (Hrsg.): „YouTube and communities“. In: *Cultures of Arts, Science and Technology* 1. (2008), H. 1 (Sonderausgabe zu YouTube).

innen zur Reinszenierung von Amir Baradarans *The Other Artist is Present* als Teil der YouTube-Öffentlichkeit aus.

Der hier dargestellte Forschungsstand lässt erkennen, dass YouTube und die Öffentlichkeit im Internet bereits aus sehr unterschiedlichen theoretischen Perspektiven betrachtet und mit methodisch vielfältigen Analyseinstrumenten erforscht wurden. Die Mehrzahl der Veröffentlichungen, die sich direkt auf YouTube beziehen, kommt aus dem englischsprachigen Raum und insbesondere die frühe Forschung blickt auf die meistgeclickten Videos und die YouTube-Nutzung der US-amerikanischen Gesellschaft. Studien zu Videos aus anderen Ländern und die dort entstehende YouTube-Öffentlichkeit sind im Forschungsdiskurs bisher noch nicht so stark vertreten. Außerdem werden häufig nur medien- und filmwissenschaftliche Analysen von Einzelvideos oder nur kommunikationswissenschaftliche empirische Untersuchungen vorrangig textueller Diskurse der Internetnutzer/innen unternommen. Die Zusammenhänge zwischen verschiedenen Inszenierungsebenen – innerhalb der Videos und auch zwischen Videos und Kommentaren und deren Rückkopplungen mit Inszenierungen auch außerhalb des Internets – werden bisher kaum berücksichtigt. Daher liegt im Folgenden ein besonderes Augenmerk auf dem Zusammenspiel zwischen Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater und den Diskursen, die die jeweiligen YouTube-Videos als Bestandteile dieser Inszenierungen in der Öffentlichkeit initiieren. Dabei sollen die Produktionsstrategien der YouTube-Videos und die medienästhetischen und kulturellen Praktiken der Nutzer/innen durchaus in den Blick genommen werden, wie es bereits einige Studien in der Film- und Medienwissenschaft tun. Berücksichtigt werden aber zugleich auch die verschiedenen Diskursebenen der Öffentlichkeit und vor allem YouTubes Handlungsinitiative als technologischer Akteur jenseits der meistgeclickten Videos. Die vorliegende Studie ergänzt die Forschungsbeiträge zu YouTube demnach um eine theaterwissenschaftliche Perspektive, die mit einer empirischen Analysemethode kombiniert wird, um die durch YouTube initiierten Netzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit in Protest, Kunst und Theater zu erforschen.

- ⁸⁵ Vgl. u.a. Neuberger; Nuernbergk; Rieschke (Hrsg.): *Journalismus im Internet*; Serena Carpenter: „A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles“. In: *New Media & Society* 12 (2010), H. 7, S. 1064–1084. Wiebke Loosen; Jan-Hinrik Schmidt: „(Re-) Discovering the Audience. The relationship between journalism and audience in networked digital media“. In: *Information, Communication & Society* 15 (2012), H. 6, S. 1–21 sowie den frühen deutschen Beitrag von 2008: Ansgar Zerfuß; Martina Mahrke; Harald Rau u.a.: *Bewegtbildkommunikation im Internet – Herausforderungen für Journalismus und PR. Ergebnisbericht der Bewegtbildstudie 2008*. Leipzig: Universität Leipzig 2008, online unter: <http://www.bewegtbildstudie.de/Bewegtbildstudie2008-Ergebnisbericht-UniLeipzig.pdf>.
- ⁸⁶ Vgl. Jessica Einspänner-Pflock; Mark Dang-Anh; Caja Thimm (Hrsg.): *Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz*. Münster: Lit-Verlag 2014 (=Bonner Beiträge zur Onlineforschung Bd. 4). Und vgl. zum Konzept der Mediatisierung: Friedrich Krotz: *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag 2007.
- ⁸⁷ Jessica Einspänner-Pflock; Mark Dang-Anh; Caja Thimm: „Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz. Zur Einleitung“. In: Dies. (Hrsg.): *Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz*, S. 5–14, hier S. 7ff.
- ⁸⁸ Vgl. insbesondere die Beiträge mit empirischen Video- und Kommentaranalysen zu YouTube-Videos: Mundo Yang untersucht das in Kapitel 4 ebenfalls analysierte Video *Have a Break?* von Greenpeace mit dem qualitativen Verfahren der dokumentarischen Videoanalyse, berücksichtigt dabei aber nicht die Kommentare, vgl. Mundo Yang: „Mobilisierende Internetvideos zwischen Culture Jamming und Framing“. In: Einspänner-Pflock; Dang-Anh; Thimm (Hrsg.): *Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz*, S. 128–147. Linda Rath-Wiggings analysiert die Kommentare zu politischen YouTube-Videos im Rahmen der Bundestagswahl 2009 mit quantitativen empirischen Methoden, vgl. Linda Rath-Wiggings: „Politische Wahlwerbung auf YouTube – Kommunikationsprozesse und Beziehungsstrukturen auf der Videoplattform während der Bundestagswahl 2009“. In: Einspänner-Pflock, Dang-Anh; Thimm (Hrsg.): *Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz*, S. 208–228.
- ⁸⁹ Yannis Theocharis: „The Conceptualization of Digitally Networked Participation“. In: *Social Media & Society* 1 (2015), H. 2, S. 1–14.
- ⁹⁰ Tobias Zimmermann: *Digitale Diskussionen. Über politische Partizipation mittels Online-Leserkomentaren*. Bielefeld: transcript 2017 (= Edition Politik Bd. 44), S. 337.
- ⁹¹ Sigrid Baringhorst: „Anti-Corporate Campaigning – neue mediale Gelegenheitsstrukturen unternehmenskritischen Protests“. In: Dies.; Veronika Kneip; Annegret März u.a.: *Unternehmenskritische Kampagnen. Politischer Protest im Zeichen digitaler Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag, 2010, S. 11. (=Bürgergesellschaft und Demokratie, Bd. 34).
- ⁹² Vgl. u.a. Thomas Davies; Holly Eva Ryan; Alejandro Milcíades Peña (Hrsg.): *Protests, Social Movements and Global Democracy since 2011: New Perspectives*. Bingley: Emerald Group Publishing 2016 (=Research in Social Movements, Conflicts and Change, Bd. 39); Natalie Fenton: *Digital, Political, Radical*. Cambridge: Polity 2016; Daniel Trotter; Christian Fuchs (Hrsg.): *Social Media, Politics and the State. Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and YouTube*. London: Routledge 2015.
- ⁹³ Vgl. u.a. Jan Servaes; Rolien Hoyng: „The tools of social change: A critique of techno-centric development and activism“. In: *New Media & Society* 19 (2017), H. 2, S. 255–271. Vgl. zu dieser Kritik auch: Jungherr: „Das Internet in der politischen Kommunikation“.
- ⁹⁴ Vgl. u.a. Deen Freelon; Charlton McIlwain; Meredith Clark: „Quantifying the power and consequences of social media protest“. In: *New Media & Society* (November 2016, zuerst online veröffentlicht), S. 1–22.
- ⁹⁵ Ricarda Drüke: *Politische Kommunikationsräume im Internet. Zum Verhältnis von Raum und Öffentlichkeit*. Bielefeld: transcript 2013.
- ⁹⁶ Christian Nuernbergk: *Anschlusskommunikation in der Netzwerköffentlichkeit. Ein inhalts- und netzwerk-analytischer Vergleich der Kommunikation im Social Web zum G8-Gipfel von Heiligendamm*. Baden-Baden: Nomos 2013.
- ⁹⁷ Drüke verbindet Raumtheorien mit Elisabeth Klaus' akteurszentriertem Drei-Ebenen-Modell von Öffentlichkeit als gesellschaftlicher „Aushandlungsprozess“. Vgl. dazu: Elisabeth Klaus; Ricarda Drüke (Hrsg.): *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde*. Berlin: transcript 2017.

EINLEITUNG: YOUTUBE ALS FORSCHUNGSTHEMA

⁹⁸ Drüeke: *Politische Kommunikationsräume im Internet*, S.16. Drüeke stützt sich dabei auf die Konzepte von Henri Lefebvre, Edward Soja und Doreen Massey, vgl. Henri Lefebvre: *The Production of Space [La production de l'espace, 1974]*, Übersetzt aus dem Französischen von Donald Nicholson-Smith. London: Blackwell 1992; Edward Soja: *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. Cambridge u.a.: Blackwell 1996 und Doreen Massey: *Space, Place and Gender*. Minneapolis: University of Minnesota Press 1994.

⁹⁹ Das parallel laufende interdisziplinäre Verbundprojekt *Analyse von Diskursen in Social Media* (2012–2015) zielte universitätsübergreifend darauf ab, große Datenmengen mit speziell automatisierten Verfahren der empirischen Netzwerkanalyse und der Inhaltsanalyse zu entwickeln, da einzelne manuelle Analysen sehr zeit- und kostenintensiv sind. An diesem Forschungsprojekt waren neben der Kommunikationswissenschaft dementsprechend auch die Fachbereiche Wirtschaftsinformatik und Linguistik beteiligt. Vgl. die gemeinsame Projektwebsite der Fachbereiche an drei beteiligten Universitäten: Christoph Neuberger; Thorsten Quandt; Manfred Stede u.a.: *Diskurse in Social Media*. Interdisziplinäres BMBF-Forschungsprojekt (2012–2015), Projektwebsite online unter: <http://www.social-media-analytics.org/de/> <http://www.social-media-analytics.org/de/>.

¹⁰⁰ Neben der Analyse der Kommentare im Internet werden unter anderem die Online-Videos selbst als Teilbereich der Werbewirkungsforschung analysiert, um die Auswirkungen von Videos als Online-Marketinginstrument auf die Rezipient/innen empirisch zu untersuchen und Handlungsempfehlungen abgeben zu können. Vgl. u.a. Wolfgang Bscheid; Michael Frank; Manfred Klaus u.a.: *Online-Video-Marketing. Erfolgsfaktoren und Perspektiven*. Heidelberg / München: mitp 2009 und Tamar Weinberg: *Social Media Marketing: Strategien für Twitter, Facebook & Co [The new community rules, 2009]*. Übersetzt aus dem Amerikanischen von Dorothea Heymann-Reder. Köln: O'Reilly 2010.

¹⁰¹ Vgl. Martin Welker; Carsten Wünsch (Hrsg.): *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*. Köln: Halem 2010 und Konrad Scherfer; Helmut Volpers (Hrsg.): *Methoden der Webwissenschaft. Teil 1 und 2*. Münster: Lit-Verlag 2013 (=Webwissenschaft Bd. 2).

¹⁰² Vgl. Jeffrey Wimmer: *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses*. Wiesbaden: VS Verlag 2007.

¹⁰³ Vgl. Manuel Wendelin: *Medialisierung der Öffentlichkeit. Kontinuität und Wandel einer normativen Kategorie der Moderne*. Wiesbaden: Halem 2011.

¹⁰⁴ Vgl. Christopher Balme: *The Theatrical Public Sphere*. London: Cambridge University Press 2014.

¹⁰⁵ Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 192.

2. Inszenierungen als Akteursnetzwerke

Im folgenden Kapitel werden zunächst die verschiedenen Dimensionen des Inszenierungsbegriffs als Theaterinszenierung, Performance und Protestinszenierung beleuchtet. Anschließend wird YouTube als Netzwerk mit einer verteilten Autorschaft beschrieben, in dem die Nutzer/innen durch ihre Interaktionen an den Inszenierungen mitwirken. Anhand des Ansatzes der ANT lässt sich YouTube als Akteur der Inszenierungen erfassen. Der letzte Teil des Kapitels stellt die verschiedenen Rollen YouTubes dar, die die Plattform in den Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater einnimmt.

2.1 Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater

2.1.1 Theaterinszenierung und (Kunst-)Performance

Um mit dem Begriff der Inszenierung die heterogenen Formen von Protest-, Kunst- und Theaterpraktiken auf und außerhalb von YouTube zu erfassen, ist die folgende sehr offene Definition des Inszenierungsbegriffs als Ausgangspunkt schlüssig, die Hermann Blume und seine Mitautor/innen in ihrem kulturwissenschaftlich ausgerichteten Sammelband *Inszenierung und Gedächtnis* wie folgt beschreiben:

¹⁰⁶ Hermann Blume; Elisabeth Großegger; Andrea Sommer-Mathis u.a.: „Einleitung. Die Rolle der Inszenierung für die Formung eines kulturellen Gedächtnisses“. In: Dies. (Hrsg.): *Inszenierung und Gedächtnis. Soziokulturelle und Ästhetische Praxis*. Bielefeld: transcript 2014, S. 9–12, hier S. 10.

¹⁰⁷ Der Ansatz, den Theaterregisseur als autonomen Künstler zu begreifen, der unabhängig von der literarischen Vorlage agiert, geht zurück auf: Edward Gordon Craig: *Über die Kunst des Theaters* [*On the art of the theatre*, 1905]. Berlin: Gerhardt 1969.

¹⁰⁸ Martin Seel: „Inszenieren als Erscheinenlassen. Thesen über die Reichweite eines Begriffs“. In: Josef Früchtli; Jörg Zimmermann (Hrsg.): *Ästhetik der Inszenierung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001, S. 48–62, hier S. 49.

¹⁰⁹ Patrice Pavis: „Der Metatext der Inszenierung“. In: Laza-rowicz; Balme (Hrsg.): *Texte zur Theorie des Theaters*, S. 349–354, hier S. 352.

¹¹⁰ Patrice Pavis: *Semiotik der Theaterrezeption*. Tübingen: Gunter Narr Verlag 1988, S. IX (=Acta Romanica. Kieler Publikationen zur Romanischen Philologie Bd. 6).

¹¹¹ Vgl. Wolfgang Iser: *Der implizite Leser*. München: Fink 1972.

¹¹² Vgl. Helmuth Plessner: „Zur Anthropologie des Schauspielers“ [1948]. In: Helmuth Plessner: *Gesammelte Schriften* Bd. 7: *Ausdruck und menschliche Natur*. Herausgegeben von Günter Dux u.a. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1982, S. 399–418, hier S. 403.

¹¹³ Wolfgang Iser: *Das Fiktive und das Imaginäre. Perspektiven einer literarischen Anthropologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1991, S. 504.

*Inszenierung lässt sich im theatralen wie pragmatischen Kontext allgemein als Prozess beschreiben, in dem aufgrund einer Situationsbestimmung die daraus folgenden Ziele, Prozeduren und die Rollenaufteilung der Akteure entworfen werden, als Voraussetzung für die Organisation eines auf bestimmte Wirkungen abzielenden Handelns.*¹⁰⁶

Mit diesem Ansatz, der explizit die verteilte Autorschaft in Inszenierungen und die Intention der Handelnden fokussiert, lassen sich nicht nur Theaterinszenierungen und künstlerische Inszenierungen, sondern auch Protestinszenierungen sowie mediale (Re-)Inszenierungen erfassen und die durch die jeweiligen Akteur/innen initiierten Prozesse analysieren. Im Folgenden werden die in dieser Definition ange-deuteten unterschiedlichen Facetten des Inszenierungsbegriffs näher erläutert.

Die theatertheoretische Verwendung des Begriffs der Inszenierung als autonomes Kunstwerk¹⁰⁷ ist eng mit dem Begriff der Aufführung verknüpft, aber nicht mit ihm identisch. Während die Theaterraufführung ein nicht wiederholbares, transitorisches Erlebnis ist, repräsentiert der Begriff der Theaterinszenierung eher das in diesen Aufführungen angewandte Regiekonzept und kann somit beliebig oft wiederholt werden. Die Intentionalität des Inszenierungsbegriffs wird in Martin Seels Definition sehr deutlich, der Inszenierungen als „absichtsvoll eingeleitete oder ausgeführte“¹⁰⁸ Akte beschreibt. Innerhalb einer Inszenierung können sich zwar Ereignisse ‚verselbständigen‘ und ungeplant verlaufen, aber das Inszenieren oder auch das Nicht-Inszenieren wird durch jemanden bewusst initiiert. So ist auch der zum Beispiel in der Performance-Kunst der 1970er Jahre bewusst offen gehaltene und individuell variierende Verlauf der einzelnen Aufführung Bestandteil einer bestimmten Inszenierungsstrategie als Regiekonzept.

Die unterschiedlichen Formen von Inszenierungen auf YouTube sind somit immer intendierte Prozesse, welche auf die Nutzer/innen im Internet ausgerichtet sind. Patrice Pavis erklärt in diesem Sinn: Es „gibt keinen Metatext der Inszenierung ohne eine Rezeption oder Erkenntnis desselben durch den Zuschauer“¹⁰⁹. Er betont hier, dass

„jede Produktion bereits eine antizipierte Rezeption impliziert“¹¹⁰. Den ähnlichen, aber literaturwissenschaftlich ausgerichteten Begriff des „impliziten Lesers“ hat Wolfgang Iser eingeführt.¹¹¹ Sein anthropologisch geprägter Inszenierungsbegriff basiert auf den Ansätzen des Philosophen Helmut Plessner, der in seiner Schrift *Die Anthropologie des Schauspielers* von 1948 betont, dass der Schauspieler auf der Bühne Rollen darstelle, die eine Zwischenwelt im Sinne der „Bilder einer imaginären Welt“ zwischen der Person des Schauspielers und der Person des Theaterbesuchers repräsentieren.¹¹² Hier knüpft Iser an und integriert den/die implizite/n Zuschauer/in in seinen Inszenierungsbegriff: „Ist Darstellung phantasmatische Figuration, dann wird sie zum Modus der Inszenierung, die das zur Erscheinung bringt, was seiner Natur nach nicht gegenständlich zu werden vermag.“¹¹³ Der Gedanke des in der Inszenierung abwesenden, gerade nicht Dargestellten spielt eine wesentliche Rolle, da laut Iser jede Inszenierung „aus dem lebt, was sie nicht ist“¹¹⁴. Die Imagination der Zuschauer/innen wird also in der Produktionsstrategie der Inszenierung implizit mitbedacht.

Um die Begriffsdimension der Inszenierung als einem künstlerischen Konzept von der einmaligen Theaterraufführung abzugrenzen, unterscheidet Pavis im englischen Sprachgebrauch zwischen den Begriffen *mise en scène* und *performance*.¹¹⁵ Im Folgenden wird der deutsche Begriff der Inszenierung nicht nur als künstlerisches Konzept, als *mise en scène*, verstanden, sondern im Sinne des englischen Begriffs der *performance* als integrativer Dachbegriff. Dieser geht über den Begriff der Theaterperformance, wie ihn Pavis hier verwendet, hinaus: Vielmehr wird er in Anlehnung an Richard Schechners Begriffsverständnis genutzt, der *performance* treffend mit der anschaulichen Metapher des „Fächers“¹¹⁶ charakterisiert. Schechner übernimmt diese erweiterte Definition von *performance* vom Ethnologen Milton Singer und entwickelt sie zusammen mit dem Ethnologen Victor Turner weiter.¹¹⁷ Singer fasst bereits 1959 unterschiedlichste Formen von ‚kulturellen Aufführungen‘ wie zum Beispiel Hochzeiten, religiöse Feste, Tänze oder Konzerte unter dem Begriff *Cultural Performances* zusammen,

¹¹⁴ Iser: *Das Fiktive und das Imaginäre*, S. 511.

¹¹⁵ Vgl. Patrice Pavis: *Contemporary Mise en Scène. Staging Theatre Today [Mise en Scène contemporaine, 2007]*. Übersetzt aus dem Französischen von Joel Anderson. London / New York: Routledge 2013, S. 34ff.

¹¹⁶ Schechner: *Essays on Performance Theory*, S. 1f.

¹¹⁷ Vgl. Richard Schechner: *Essays on Performance Theory. 1970-1976*. New York: Drama Book Specialists 1977. Vgl. auch: Victor Turner: *From Ritual to Theatre. The human seriousness of play*. New York: Performing Arts Journal Publ. 1982 und Victor Turner: *The Anthropology of Performance*. New York: Performing Arts Journal Publ. 1987.

¹¹⁸ Vgl. Milton Singer: *Traditional India. Structure and Change*. Philadelphia: American Folklore Society 1959, S. xii.

¹¹⁹ Schechner: *Essays on Performance Theory*, S. 39 (hier: Aufsatz: „Drama, Script, Theatre and Performance“ von 1973).

¹²⁰ Vgl. Marvin Carlson: *Performance. A Critical Introduction*. London u.a.: Routledge 1996, S. 5f. Carlson bietet einen guten interdisziplinären Überblick über die theaterwissenschaftlichen, ethnologischen, soziologischen und sprachphilosophischen Dimensionen des Begriffs der Performance.

¹²¹ Vgl. dazu ausführlich: Erika Fischer-Lichte: *Ästhetik des Performativen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2004, S. 58ff. (=edition suhrkamp 2373) sowie Erika Fischer-Lichte: *Performativität. Eine Einführung*. Bielefeld: transcript 2012, S. 54ff. Vgl. ebenso Hans-Thies Lehmanns Definition von Theater: „Theater heißt: eine von Akteuren und Zuschau-

ern gemeinsam verbrachte und gemeinsam verbrauchte Lebenszeit in der gemeinsam geatmeten Luft jenes Raumes, in dem das Theater spielen und das Zuschauen vor sich gehen.“ Hans-Thies Lehmann: *Postdramatisches Theater*. Frankfurt am Main 1999, S. 12f.

¹²² Vgl. Erika Fischer-Lichte: „Inszenierung und Theatralität“. In: Herbert Willems; Martin Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch*. Opladen / Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1998, S. 81-90, hier S. 86. Fischer-Lichte erklärt hier, dass Performance ein „Vorgang einer Darstellung durch Körper und Stimme vor körperlich anwesenden Zuschauern“ sei, während die Inszenierung ein „spezifischer Modus der Zeichenverwendung in der Produktion“ ist.

¹²³ Erika Fischer-Lichte: „Einleitung: Theatralität als kulturelles Modell“. In: Dies.; Christian Horn, Sandra Umthum u.a. (Hrsg.): *Theatralität als Modell in den Kulturwissenschaften*. Tübingen: Basel: Francke 2004, S. 7–26, hier S. 10 (=Theatralität Bd. 6).

¹²⁴ Vgl. hierzu Fischer-Lichte: *Ästhetik des Performativen*, S. 9ff. Zur Geschichte der Performance-Kunst vgl. ausführlich: RoseLee Goldberg: *Performance Art. From Futurism to the Present*. London: Thames & Hudson 1988.

¹²⁵ Erika Fischer-Lichte: *Performativität*, S. 55.

¹²⁶ Vgl. Christopher Balme: „Distribuierte Ästhetik. Performance, Medien und Öffentlichkeit“. In: Bairlein; Ders.; Brincken u.a. (Hrsg.): *Netzkulturen*, S. 41–54, hier S. 41f. und vgl. auch Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 12 und S. 14. Vgl. außerdem zum Inszenierungsbegriff im Kontext intermedialer Theaterformen folgenden Sammelband: Christopher Balme; Jürgen Schlöder

welche allein durch die folgenden Parameter gekennzeichnet sind: Der Begriff der Performance beschreibt hier ein festgelegtes, zeitlich begrenztes, organisiertes Ereignis mit einem Anfang und einem Ende, einem Publikum und einem bestimmten Aufführungsort.¹¹⁸ Der Parameter ‚Zuschauer‘ ist hier somit konstituierend: „Drama is the domain of the author, composer, scenarist; script is the domain of the teacher, guru, shaman, master; theatre is the domain of the performers; performance is the domain of the audience.“¹¹⁹ Dieser Aspekt der Performance als Akt *vor* jemanden ist auch laut Marvin Carlson ein übergreifendes Merkmal von Aufführungen.¹²⁰

Für Erika Fischer-Lichte ist die leibliche Co-Präsenz¹²¹ von Zuschauer/innen und Darsteller/innen die Voraussetzung für eine Performance als theatrales Ereignis. Laut Fischer-Lichte bilden die beiden Begriffe Inszenierung und Performance neben der Wahrnehmung und Körperlichkeit jeweils die vier unterschiedlichen Komponenten des Begriffs der Theatralität.¹²² Ein Ereignis sei erst dann als theatral zu bezeichnen, „wenn die im Hinblick auf eine spezifische Wahrnehmung vorgenommene Inszenierung von Körperlichkeit zur Aufführung gelangt“¹²³. Als Basis für diese Definition geht Fischer-Lichte vom Begriff der Performance aus, wie er in Bezug auf die Performance-Kunst der 1960er und 1970er Jahre gebraucht wird. Diese ist stark von der Präsenz des Körpers als theatralem Akt geprägt.¹²⁴ Balme betont hingegen, dass diese Prämisse der leiblichen Co-Präsenz von Zuschauer/innen und Akteur/innen, die laut Fischer-Lichte auch die Voraussetzung für die „autopoietische Feedbackschleife“¹²⁵ zwischen ihnen sei, zeitgenössischen intermedialen Theaterinszenierungen nicht gerecht werde.¹²⁶ Auch der Begriff der Theater- und Kunstperformances, wie er in dieser Studie angewandt wird, geht über Fischer-Lichtes Begriff der Performance hinaus. So können auch diejenigen Prozesse auf YouTube als theatrale Prozesse beleuchtet werden, bei denen die Akteur/innen nur virtuell präsent und nicht physisch vereint sind. Ebenso soll der Performancebegriff intermediale Performances im Theaterraum und auch im musealen Raum selbst erfassen, daher wird im Einklang

mit Balme und Philip Auslander die strikte Trennung zwischen Live-Performance und mediatisierter Performance¹²⁷ als Kategorisierung abgelehnt. Auslander spricht von einer zunehmenden Medialisierung von Live-Events, die den veränderten Wahrnehmungsbedingungen der Rezipient/innen in einer medialiserten Welt Rechnung tragen, welche zum Beispiel durch das Fernsehen generiert wird.¹²⁸ Er stellt fest: „It is not realistic to propose that live performance can remain ontologically pristine or that it operates in a cultural economy separate from that of the mass media.“¹²⁹ Auslander zufolge verflechten sich Live-Performance und mediatisierte Performance zu neuen Formen von Theater- und Kunstperformances, bei denen es nicht um ontologische Differenzierungen zwischen einzelnen Medienformen geht. Solche Abgrenzungen wären auch in Bezug auf Performances auf und mit YouTube nicht zielführend, wie die intermedialen Theaterperformances in den Kapiteln 8 und 9 zeigen werden.

Um nicht nur den Begriff der Performance, sondern auch speziell den der Theatralität für medial vermittelte Kommunikation zu adaptieren, ist der Begriff der „Medientheatralität“¹³⁰ hilfreich: Mit ihm weitet der Soziologe Herbert Willems Fischer-Lichtes Begriffsverständnis von Theatralität aus und spricht auch innerhalb der Medien von theatralen Akteur/innen.¹³¹ Diesen Ansatz erklärt Helmar Schramm wie folgt:

*Theatralität wird oft mit dem Hervortreten inszenierter Wirklichkeiten des bewegten Bildes im Rahmen kinematographischer und elektronischer Medien in Verbindung gebracht, und zwar in dem Sinne, daß [sic!] die Medien als Projektionsflächen qualitativ neuer Inszenierungsweisen sozialer, kultureller, künstlerischer Masken und Rollen verstanden werden.*¹³²

Die bei Schramm anklingenden Inszenierungsformen zielen somit nicht auf Theaterinszenierungen ab, sondern auf unterschiedliche Formen von medialer Inszenierung und von Selbstinszenierung, welche insbesondere im Rahmen von Protesten inner- und außerhalb des Internets eine wichtige Rolle spielt.

(Hrsg.): *Inszenierungen. Theorie – Ästhetik – Medialität*. Stuttgart; Weimar: Metzler 2002.

¹²⁷ Auslander definiert die mediatisierte Performance als: „performance, that is circulated on television, as audio or video recordings, and in other forms based in technologies of reproduction“. Philip Auslander: *Liveness. Performance in a mediatized culture*. London / New York: Routledge 1999 S. 5.

¹²⁸ Vgl. Auslander: *Liveness*, S. 159.

¹²⁹ Auslander: *Liveness*, S. 40. Auslander bezieht sich auf Peggy Phelan, deren Verständnis von Performance dem von Fischer-Lichte ähnelt, vgl. Peggy Phelan: *Unmarked. The Politics of Performance*. London / New York: Routledge 1993, S.146.

¹³⁰ Herbert Willems: „Zur Einführung. Medientheatralität und Medientheatralisierung“. In: Ders. (Hrsg.): *Theatralisierung der Gesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag 2009. 2 Bde. Bd. 2: *Medientheatralität und Medientheatralisierung*, S. 13–38, hier S. 19.

¹³¹ Vgl. Willems: „Zur Einführung. Medientheatralität und Medientheatralisierung“, S. 19.

¹³² Helmar Schramm: *Karneval des Denkens. Theatralität im Spiegel philosophischer Texte des 16. und 17. Jahrhunderts*. Berlin: Akademie-Verlag 1996, S. 259.

2.1.2 Protestinszenierung als Selbstinszenierung

Die Ausweitung des Inszenierungsbegriffs auf Phänomene außerhalb des Theaters und der Kunst in Anlehnung an den englischen Begriff der *performance* wird in der deutschsprachigen Forschungsdebatte in den 1980er und 1990er Jahren vielfältig thematisiert. Zahlreiche Forschungsbeiträge untersuchen bis heute verschiedene gesellschaftliche, politische, kulturelle und alltägliche Phänomene als Inszenierungen.¹³³

Ansätze, die den Inszenierungsbegriff im Rahmen von soziologischen Fragestellungen im Sinne einer *Selbstinszenierung* nutzen, beruhen auf dem 1959 erschienenen und bis heute einflussreichen Werk zur „Selbstdarstellung im Alltag“¹³⁴ des Soziologen Erving Goffman. Er überträgt das Modell des Theaters auf Alltagshandlungen und beschreibt die „Struktur sozialer Begegnungen“ in der amerikanischen Gesellschaft.¹³⁵ Zuschauer/innen sind laut Goffman die Rezipient/innen alltäglicher Selbstdarstellung anderer Akteur/innen:

*Eine ‚Darstellung‘ (performance) [Hervorhebung im Original, I.C.]¹³⁶ kann als die Gesamttätigkeit eines bestimmten Teilnehmers an einer bestimmten Situation definiert werden, die dazu dient, die anderen Teilnehmer in irgendeiner Weise zu beeinflussen. Wenn wir einen bestimmten Teilnehmer und seine Darstellung als Ausgangspunkt nehmen, können wir diejenigen, die die anderen Darstellungen beisteuern, als Publikum, Zuschauer, oder Partner bezeichnen.*¹³⁷

Auch die Selbstinszenierung im Internet und die Theatralität digitaler Medien werden häufig aus soziologischer, medien- und theaterwissenschaftlicher Sicht untersucht.¹³⁸ Sebastian Pranz zeigt in seiner Studie zur Chatkommunikation und zu „Raum- und Körperinszenierungen im Videospiel“¹³⁹ den Stellenwert von *nicknames* – Spitznamen von Internetnutzer/innen – im Rahmen der Selbstinszenierung durch das eigene Nutzer/innenprofil auf. Laut Pranz stellen *nicknames* den „primären Identifikationsrahmen“¹⁴⁰ innerhalb der interaktiven Kommunikation dar, wie auch Haya Bechar-Israeli darlegt: „Nicknames are thus a critical means of presenting ourselves. They are the only initial

¹³³ Vgl. Josef Frücht: Jörg Zimmermann: „Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines gesellschaftlichen, individuellen und kulturellen Phänomens“. In: Dies. (Hrsg.): *Ästhetik der Inszenierung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001, S. 9–47, hier S. 9.

¹³⁴ Erving Goffman: *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag* [*The Presentation of Self in Everyday Life*, 1959]. Aus dem Englischen von Peter Weber-Schäfer. München: Piper, 9. Auflage, 2011 [1969].

¹³⁵ Vgl. Goffman: *Wir alle spielen Theater*, S. 232f.

¹³⁶ Im Folgenden werden Hervorhebungen in Zitaten nur noch dann markiert, wenn sie von der Verfasserin nachträglich zur Akzentuierung bestimmter Textstellen hinzugefügt wurden. Wenn kein Hinweis erfolgt, handelt es sich um Hervorhebungen im Original.

¹³⁷ Goffman: *Wir alle spielen Theater*, S. 18.

¹³⁸ Vgl. u.a. die folgenden Beiträge zur Selbstinszenierung im Internet: Barbara Becker: „Selbstinszenierung im Netz“. In: Sybille Krämer (Hrsg.): *Performativität und Medialität*. München: Wilhelm Fink 2004, S. 413–429; Ramón Reichert: *Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik*. Bielefeld: transcript 2008; Carstensen u.a.: (Hrsg.): *Digitale Subjekte*. Vgl. zur soziologischen Erforschung von Theatralität digitaler Medien u.a.: Sebastian Pranz: *Theatralität digitaler Medien. Eine wissenssoziologische Betrachtung medialisierten Alltagshandelns*. Wiesbaden: VS Verlag 2009 und Herbert Willems (Hrsg.): *Weltweite Welten. Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag 2008. Vgl. zur medien- und theaterwissen-

way of saying who we are, in literally one word or one expression.“¹⁴¹ Entscheidend in virtuellen Selbstinszenierungen ist, dass sich die Nutzer/innen nicht auf ein einziges ‚Selbst‘ festlegen müssen, sondern viele verschiedene Identitäten zur Schau stellen können, wie es auch Sherry Turkle in ihrer einflussreichen Studie *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet* bereits 1995 formuliert.¹⁴² Dies führt laut Ramón Reichert dazu, dass auf Plattformen wie YouTube keine festen „kollektiven Identitäten“ entstehen, sondern sich rein „transitorische Communities“ bilden, deren Konstellationen ständig wechseln.¹⁴³

Durch das Hochladen eines Videos auf YouTube, die Präsentation des eigenen Videokanals und des selbst gewählten Profils als YouTube-Nutzer/innen und auch durch das Posten von Kommentaren ist sich der/die Einzelne seines/ihrer für die YouTube-Öffentlichkeit inszenierten ‚Images‘ sehr bewusst. Der Akt des Hochladens auf YouTube macht Alltagshandlungen zu medialen (Selbst-) Inszenierungen vor der Öffentlichkeit. Diese Selbstdarstellung im öffentlichen Raum führt zu einem Verschwimmen von Grenzen zwischen öffentlich und privat.¹⁴⁴ Sie tritt auf YouTube und auch in anderen sozialen Netzwerken wie zum Beispiel auf Facebook noch stärker auf als im Fernsehen,¹⁴⁵ da es hier keine redaktionellen ‚Gatekeeper‘ gibt, sondern der/die Nutzer/in sich jederzeit einem potenziellen Publikum präsentieren kann, wobei das tatsächliche Publikum¹⁴⁶ durch die Vielzahl an parallel laufenden Videos weitaus überschaubarer ist als im Massenmedium Fernsehen.

Die selbstreferenzielle Inszenierung des Einzelnen in der Gesellschaft, in den Medien und damit auch im Rahmen von Protesten kann mit dem übergreifenden Begriff der *Performanz* erfasst werden. Die Begriffe der Performanz und des *Performativen* sind im Zuge des *performative turn* seit den 1980er Jahren in unterschiedlichen Disziplinen wie der Sprach-, Literatur- und Theaterwissenschaft präsent, wobei „als gemeinsamer Bezugspunkt die irreduzible Prozesshaftigkeit kultureller Phänomene in den Fokus“¹⁴⁷ rückt. In seiner ursprünglichen Bedeutung beschreibt der Begriff des Performativen die Eigenschaft kultureller (Sprech-)Handlungen als „selbstreferentiell und

schaftlichen Perspektive u.a. Mike Sandbothe: „Theatrale Aspekte des Internet. Prolegomena zu einer zeichentheoretischen Analyse theatraler Textualität“. In: Willems; Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft*, S. 583–595 sowie Otto: *Internetauftritte*.

¹³⁹ Pranz: *Theatralität digitaler Medien*, S. 137. Vgl. zur Chat-Kommunikation auch ausführlich Michael Beißwenger: „Das interaktive Lesespiel. Chat-Kommunikation als mediale Inszenierung“. In: Ders. (Hrsg.): *Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation. Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld*. Stuttgart: ibidem 2001, S. 79–138.

¹⁴⁰ Pranz: *Theatralität digitaler Medien*, S. 109. Pranz' Ansatz basiert auf Goffmans Theorie der „Rahmen-Analyse“, die ein strukturgebendes Konzept für das Verstehen von Alltagserfahrungen bietet. Vgl. Erving Goffman: *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen* [Frame Analysis, 1974]. Aus dem Englischen von Hermann Vetter. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1980.

¹⁴¹ Haya Bechar-Israeli: „From ‚Bonehead‘ to ‚cLoNehEAd‘: Nicknames, Play and Identity on Internet Relay Chat“. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 1(1996), H. 2, online unter: <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue2/bechar.html>.

¹⁴² Vgl. Sherry Turkle: *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster 1995, S. 177ff. Vgl. auch: Sherry Turkle: *Verloren unter 100 Freunden. Wie wir in der digitalen Welt seelisch verkümmern* [Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other, 2011]. Aus dem Englischen von Joannis Stefanidis. München: Riemann 2012.

¹⁴³ Vgl. Reichert: *Amateur im Netz*, S. 51. Vgl. zur Selbstinszenierung in Amateurvideos auch: Kathrin Peters; Andrea Seier: „Home Dance. Mediacy and Aesthetics of the Self on YouTube“. In: Von-derau; Snickars (Hrsg.): *YouTube-Reader*, S. 187–203.

¹⁴⁴ Vgl. zur Entgrenzung von öffentlich und privat auf YouTube ausführlich die Kapitel 3.2 und 3.3.

¹⁴⁵ Diese Entgrenzung zwischen öffentlich und privat stellt u.a. Lothar Mikos bereits in den 1990er Jahren in Bezug auf die Selbstinszenierung in Fernsehtalkshows fest, vgl. Lothar Mikos: „Die Inszenierung von Privatheit: Selbstdarstellung und Diskurspraxis in Daily Talks“. In: Willems; Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft*, S. 435–451.

¹⁴⁶ Dieser Aspekt der Fragmentierung der Öffentlichkeit im Internet wird im Kapitel 3.2 detailliert erörtert.

¹⁴⁷ Klaus W. Hempfer, Jörg Volbers: „Vorwort“. In: Dies. (Hrsg.): *Theorien des Performativen. Sprache - Wissen - Praxis. Eine kritische Bestandsaufnahme*, Bielefeld: transcript 2011, S. 7–12, hier S. 7.

¹⁴⁸ Fischer-Lichte: *Ästhetik des Performativen*, S. 33.

¹⁴⁹ John L. Austin: „Performative Äußerungen“. In: Ders.: *Gesammelte philosophische Aufsätze*. Übersetzt und herausgegeben von Joachim Schulte. Stuttgart: Reclam 1986, S. 305–327, hier S. 307ff. Vgl. ausführlich John L. Austin: *Zur Theorie der Sprechakte* [*How to do things with Words*, 1962]. Übersetzt aus dem Englischen und bearbeitet von Elke von Savigny. Stuttgart: Reclam 1979.

¹⁵⁰ Vgl. Austin: *Zur Theorie der Sprechakte*, S. 112ff. Vgl. dazu Jacques Derridas anschließende Kritik an Austin ausführlich in: Jacques

wirklichkeitskonstituierend¹⁴⁸. Dies geht auf einen sprachphilosophischen Ansatz zurück, den John L. Austin in seiner Vorlesung *How to do things with words* 1955 an der Harvard University einführt. Er unterscheidet zunächst zwischen konstativen und performativen Äußerungen. Durch letztere werden im Gegensatz zu den ersteren Handlungen vollzogen.¹⁴⁹ Später ersetzt Austin diese Unterscheidung durch die Einteilung in lokutionäre, illokutionäre und perlokutionäre Akte, um aufzuzeigen, dass *alle* Sprechakte Handlungscharakter haben.¹⁵⁰ Die kulturwissenschaftliche Prägung des Begriffs der Performanz schafft Judith Butler in ihrer Schrift *Performative Acts and Gender Construction*, indem sie den Begriff des Performativen auf die Präsentation des (eigenen) Körpers anwendet, um zu zeigen, dass das Geschlecht keine biologische Kategorie ist, sondern eine soziale Konstruktion, eine selbstreferenzielle Performanz der eigenen Identität als „stylized repetition of acts“¹⁵¹. Aufbauend auf diesen Ansätzen soll der Begriff der Performanz als Inszenierung in Anlehnung an Uwe Wirth wie folgt verstanden werden: „Die kulturwissenschaftliche ‚Entdeckung des Performativen‘ liegt demnach darin, dass sich alle Äußerungen immer auch als Inszenierungen [...] betrachten lassen.“¹⁵²

Hier wird deutlich, was mit dem Begriff der Protestinszenierung gemeint ist, der die performativen Aspekte von politischen, gesellschaftlichen und sozialen Protesten erfasst und damit Protest als Inszenierung auffasst. Ein Protestereignis wird definiert als „kollektive, öffentliche Aktion nicht-staatlicher Träger, die Kritik oder Widerspruch zum Ausdruck bringt und mit der Formulierung eines gesellschaftlichen oder politischen Anliegens verbunden ist“¹⁵³. Protestieren wird dementsprechend verstanden als „kommunikatives, auf politische Öffentlichkeit gerichtetes Handeln“¹⁵⁴. Den Zusammenhang zwischen Inszenierung und Protest macht Friedhelm Neidharts Definition von sozialen Bewegungen deutlich, die vor allem in den Kapiteln 4 und 5 eine Rolle spielt: Neidhardt definiert sie als „mobilisierte Netzwerke von Gruppen, die über die Inszenierung öffentlich wahrnehmbarer Proteste aktiv werden“¹⁵⁵. Diesen performativen und insbesondere

temporären Charakter von Protesten stellt auch Pia Wiegink in ihrer Studie zu *activist performances* in den Fokus, welche Proteste bezeichnen, die nicht durch politische Organisationen durchgeführt werden. Sie definiert *activist performances* als:

*a form of political action which is located outside the political consensual realm of party politics as it is not institutionally affiliated with parties, unions, or other organizations. [...] [A]ctivist performance can be conceived as the (temporary) formation of a counter public which both aesthetically as well as ideologically defies prevailing, dominant political discourses.*¹⁵⁶

Innerhalb solcher Protestinszenierung können verschiedene Formen von Selbstinszenierung sowie mediale und filmische Inszenierungen auftreten, was gerade in Bezug auf die veröffentlichten (Bewegt-)Bilder in Protestvideos relevant ist, aber auch bei Reinszenierungen von Kunst- und Theaterperformances auf YouTube eine wichtige Rolle spielt. Laut Knut Hickethier und Bleicher ist die Darstellung von Ereignissen im Film in diesem Sinn eine „doppelte“ Inszenierung:

*Die Inszenierung in den technischen Medien ist deshalb immer eine doppelte: eine der Akteure und Handelnden vor der Kamera und die durch die technische Apparatur stattfindende Transformation. Kameraästhetik, Schnitt und Montage bzw. ihre elektronischen Varianten stellen das endgültige Inszenierungsprodukt her.*¹⁵⁷

Bei der medialen Inszenierung und der damit zusammenhängenden Selbstinszenierung des Einzelnen in Protest und Politik spielt die Frage nach der Glaubwürdigkeit und Authentizität¹⁵⁸ der jeweiligen Akteur/innen eine wichtige Rolle, wie in den Kapiteln 4 bis 6 bei der Analyse von Protestinszenierungen deutlich wird.

Zu der von Hickethier und Bleicher genannten Inszenierung der Protagonist/innen vor der Kamera und der filmischen Inszenierung innerhalb der Videos kommt eine weitere Form von medialer Inszenierung auf YouTube hinzu, die die verschiedenen Interaktionen der

Derrida: „Signatur, Ereignis, Kontext“ [„Signature, Event, Context“, 1977]. In: Ders.: *Limited Inc.* Hrsg. von Peter Engelmann. Aus dem Französischen von Werner Rappl. Wien: Passagen Verlag 2001, S. 15–45.

¹⁵¹ Judith Butler: „Performative Acts and Gender Construction. An Essay in Phenomenology and Feminist Theory“. In: Sue-Ellen Case (Hrsg.): *Performing Feminism. Feminist Critical Theory and Theatre*. Baltimore / London: 1990, S. 270–282, hier S. 270. Vgl. dazu auch: Judith Butler: *Excitable Speech. A Politics of the Performative* New York u.a.: Routledge. 1997.

¹⁵² Uwe Wirth: „Der Performanzbegriff im Spannungsfeld von Illokution, Iteration und Indexikalität“. In: Ders. (Hrsg.): *Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002, S. 9–60, hier S. 39. Vgl. für einen Überblick zur Reichweite des Begriffs der Performativität in Bezug auf Medialität: Krämer (Hrsg.): *Performativität und Medialität*.

¹⁵³ Dieter Rucht; Peter Hocke; Thomas Ohlemacher: *Dokumentation und Analyse von Protestereignissen in der Bundesrepublik Deutschland (Produt)*. Codebuch. Discussion Paper FS III 92-103. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) 1992, S. 4, online unter: <http://bibliothek.wzb.eu/pdf/1992/iii92-103.pdf>. Vgl. auch Dieter Rucht: (Hrsg.): *Protest in der Bundesrepublik. Strukturen und Entwicklungen*. Frankfurt am Main / New York: Campus Verlag 2001, S. 19.

¹⁵⁴ Baringhorst: „Internet und Protest“, S. 94.

¹⁵⁵ Friedrich Neidhardt: „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“. In: Ders. (Hrsg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale*

Bewegungen. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994, S. 7–41, S. 32 (=Kölnener Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34).

¹⁵⁶ Pia Wiegink: *Protest EnACTed. Activist Performance in the Contemporary United States*. Heidelberg: Winter 2011, S. 5. Zum Begriff der Gegenöffentlichkeit, den Wiegink hier nutzt, vgl. Kapitel 3.1.2.

¹⁵⁷ Knut Hickethier; Joan Kristin Bleicher: „Die Inszenierung der Information im Fernsehen“. In: Willems; Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft*, S. 369–383, hier S. 369.

¹⁵⁸ Die Annahme, filmische Inszenierung solle eine authentische „Errettung der äußeren Wirklichkeit“ sein, eine „Darstellung physischer Realität“, geht auf die Filmtheorie Siegfried Kracauers zurück, vgl. Siegfried Kracauer: *Theorie des Films. Die Errettung der äußeren Wirklichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1964, S. 70ff. Thomas Meyer zum Beispiel versteht politische Inszenierung als „theatralisches Scheinhandeln“. Vgl. Thomas Meyer: *Politik als Theater. Die neue Macht der Darstellungskunst*. Berlin: Aufbau-Verlag 1998, S. 85. Vgl. u.a. auch die folgenden Forschungsbeiträge, die explizit das Spannungsfeld zwischen Authentizität und (politischer) Inszenierung ausloten: Thomas Knieper, Marion G. Müller: *Authentizität und Inszenierung von Bildwelten*. Köln: Halem 2003; Christine Kugler; Ronald Kurt: „Inszenierungsformen und Glaubwürdigkeit im Medium Fernsehen. Politiker zwischen Ästhetisierung und Alltagspragmatik“. In: Erika Fischer-Lichte; Christian Horn; Isabel Pflug u.a. (Hrsg.): *Inszenierung von Authentizität*. Tübingen: Francke, 2. Auflage, 2007, S. 149–162.

¹⁵⁹ Ernst; Wagner: „Performanz des Netzes“.

YouTube-Nutzer/innen erfasst, die das jeweilige Video kommentieren oder weiterleiten. Diese „Performanz des Netzes“¹⁵⁹ wird im folgenden Kapitel näher beleuchtet. Sie bildet den Ausgangspunkt für Akteursnetzwerke, die aus Theaterinszenierungen, künstlerischen Inszenierungen und Protestinszenierungen entstehen, sobald YouTube als *technologischer Akteur* in diese Inszenierungen involviert ist.

2.2 YouTube als Akteur der Inszenierung

2.2.1 Akteur/innen im Videonetzwerk:

Die YouTube-Nutzer/innen

Die Onlinevideoplattform YouTube wird als ein soziales Netzwerk bezeichnet, doch was impliziert der Begriff des Netzwerks in diesem Fall genau? Inwieweit kann YouTube damit einerseits als (Video-)Netzwerk definiert und andererseits selbst als ein *netzwerkbildender Akteur* in Protestinszenierungen und Kunst- und Theaterperformances analysiert werden? Um diese Frage kreisen die Überlegungen der folgenden Kapitel.

Bereits in den 1990er Jahren wird das Internet mit dem Begriff des Netzes beziehungsweise Netzwerks assoziiert: Irene Neverla spricht von einem „Netz-Medium“¹⁶⁰ und Manuel Castells von einer „Netzwerkgesellschaft“¹⁶¹. Die Begriffe Netzwerk, Konnektivität und Fluss werden als „Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie“¹⁶² in der Forschung angewandt. Die sehr allgemeine Definition von Gundolf S. Freyermuth zeigt, dass der Begriff für den eigenen Forschungsgegenstand jeweils spezifiziert werden muss:¹⁶³ Ein Netzwerk „sucht die Vielzahl einzelner Netze und Vernetzungen im Hinblick auf ihren Werkcharakter zu begreifen, den Umstand also ihres Gemacht- bzw. Hergestelltheits“¹⁶⁴. Als grundlegendes Merkmal für Netzwerke wird hier der Blick auf die Netzwerkstruktur und die im Netzwerk ablaufenden Prozesse gelenkt: Die Videoplattform YouTube ist erstens ein Netzwerk im technologischen Sinne, das als *Social Software*, „Social Web“¹⁶⁵ oder „Social Media“¹⁶⁶ bezeichnet wird. Neben

dieser technologischen Ausrichtung bezieht sich der Begriff des Netzwerks in der vorliegenden Studie außerdem auf eine

*interaktional-soziale Verwendungsweise, bei der das Internet unter dem Gesichtspunkt einer kommunikativen Ordnung, als Gemeinschaft, Teilgemeinschaft oder Teilöffentlichkeit betrachtet wird, die sich aus den kommunikativen Handlungen der Akteure [zusammensetzt].*¹⁶⁷

Wenn YouTube anhand der hier beschriebenen Definition als Netzwerk aufgefasst wird, dann steht der Prozess der Rezeption als Produktion von Inhalten im Fokus der Betrachtung: Das Internet der 1990er Jahre, das Web 1.0, eine ‚Leseplattform‘,¹⁶⁸ auf der einige wenige Sender Botschaften an viele Empfänger richteten, wandelte sich ab Mitte der 2000er Jahre zu einer Partizipationsplattform, dem Social Web oder „Web 2.0“¹⁶⁹, auf der Nutzer/innen eigene Texte, Bilder und Filme kreieren, veröffentlichen und in einen Dialog miteinander treten können. Laut dem Soziologen Tilmann Sutter ist es gerade diese Personalisierung, verstanden als individuelle Gestaltbarkeit der Inhalte, die die Interaktivität im Web 2.0 vom Web 1.0 unterscheidet.¹⁷⁰ Produzent/innen und Rezipient/innen wechseln jederzeit ihre Rollen, wobei einige der Akteur/innen eher als Autor/innen und Produzent/innen von Inhalten präsent sind, einige eher als Zuschauer/innen zum Beispiel von YouTube-Videos. Um die Akteur/innen sowohl mit Produzent/innen von Inhalten als auch mit Nutzer/innen zu assoziieren, kreiert Axel Bruns den Begriff des „producers“¹⁷¹ – zusammengesetzt aus *producer* und *user* – basierend auf Alvin Tofflers Begriff des „prosumers“, den dieser bereits 1980 prägt.¹⁷² Der Begriff Zuschauer/in wird im Folgenden aber nicht durch den des *producers*, sondern durch den neutraleren Begriff Akteur/in ersetzt, da nicht alle Akteur/innen in den analysierten Protestinszenierungen und künstlerischen Inszenierungen automatisch als gleichmäßig aktive *producer* bezeichnet werden können. Der Begriff Akteur/in beinhaltet das Zuschauen im Sinne der Videorezeption – da sich allein schon dadurch die Zugriffszahlen des Videos erhöhen –, ermöglicht aber auch andere gestaltende

¹⁶⁰ Irene Neverla (Hrsg.): *Das Netz-Medium. Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1998.

¹⁶¹ Castells: *The Rise of The Network Society*. Vgl. dazu auch Albert-László Barabási: *Linked. How everything is connected to everything else and what it means for business, science and everyday life*. Cambridge (Mass.): Perseus Publ. 2002.

¹⁶² Andreas Hepp; Friedrich Krotz; Shaun Moores u.a. (Hrsg.): *Konnektivität. Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie*. Wiesbaden: VS Verlag 2006.

¹⁶³ Auch Heiner Fanger und Thorsten Halling plädieren für die flexible Adaption des Begriffs, vgl. Heiner Fanger und Thorsten Halling: „Netzwerke. Allgemeine Theorie oder Universalmetapher in den Wissenschaften. Ein transdisziplinärer Überblick“. In: Dies. (Hrsg.): *Netzwerke. Allgemeine Theorie oder Universalmetapher in den Wissenschaften. Ein transdisziplinärer Überblick*. Bielefeld: transcript 2009, S. 267–285, hier S. 268f.

¹⁶⁴ Gundolf S. Freyermuth: „Netzwerke“. In: Alexander Roesler; Bernd Stiegler (Hrsg.): *Grundbegriffe der Medientheorie*. Paderborn: UTB 2005, S. 200–210, hier S. 200 (=UTB Bd. 2680). Freyermuth bietet hier eine knappe Begriffs- und Theoriegeschichte.

¹⁶⁵ Vgl. u.a. Josef Wehner: „Social Web“ – Zu den Rezeptions- und Produktionsstrukturen im Internet“. In: Michael Jäckel; Manfred Mai (Hrsg.): *Medienmacht und Gesellschaft. Zum Wandel öffentlicher Kommunikation*. Frankfurt am Main: Campus Verlag 2008, S. 197–218.

¹⁶⁶ Jan-Hinrik Schmidt: *Social Media*. Wiesbaden: VS Verlag 2013, S. 16 (=medienwissen kompakt).

¹⁶⁷ Hans-Jürgen Bucher: „Das Internet als Netzwerk des Wissens. Zur Dynamik und Qualität von spontanen Wissensordnungen im Web 2.0“. In: Fangerau; Halling (Hrsg): *Netzwerke*, S. 133–171, hier S. 139f.

¹⁶⁸ Vgl. dazu Sandbothe, der von „Lesern des Hypertextes“ spricht: Sandbothe: „Theatrale Aspekte des Internet“, S. 593.

¹⁶⁹ Der Begriff des Web 2.0 wurde von Tim O'Reilly bei einer Konferenz im Jahr 2004 für diejenigen Geschäftsmodelle im Internet kreiert, die die Dotcom-Blase im Jahr 2000 überlebten (zum Beispiel Amazon und Ebay). Vgl. Tim O'Reilly: „What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software“ (2005), S. 1, online unter: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>. Mittlerweile ist eher der Begriff des Social Web gebräuchlich, im Folgenden wird aber an einigen Stellen bewusst auch der Begriff des Web 2.0 genutzt, um damit den Fokus auf die Veränderungen und Erweiterungen im Vergleich zum Web 1.0 zu legen.

¹⁷⁰ Vgl. Tilmann Sutter: „Interaktivität neuer Medien - Illusion und Wirklichkeit aus der Sicht einer soziologischen Kommunikationsanalyse“. In: Willems (Hrsg.): *Weltweite Welten*, S. 57–73, hier S. 68.

¹⁷¹ Axel Bruns: *Blogs, Wikipedia, Second life, and Beyond. From production to produsage*. New York: Peter Lang 2008, S. 21.

¹⁷² Vgl. Alvin Toffler: *The third wave*. New York: Morrow 1980.

Zuschreibungen wie das Kommentieren, Antworten, Teilen, Einbetten und Weiterleiten als Neukontextualisierung von Videos.

Das auf YouTube geladene Video wird damit zum „Redeanlass, zum Impulsgeber einer medialen Netzstruktur“¹⁷³. Die anschließende Interaktion der Nutzer/innen, die die Produktionsästhetik auf YouTube prägen, beschreiben Ernst und Wagner als „Performanz des Netzes“¹⁷⁴ und erfassen damit die theatrale Performanz dieser kollektiven Autorschaft in Netzwerken wie YouTube:

*An die Stelle eines Darstellers oder Zuschauers rücken in virtuellen Gemeinschaften wie YouTube also tendenziell kollektive Akteure und mit ihnen eine neuartig organisierte Gemeinschaft. Geht man von einem erweitertem Theaterbegriff aus, der auch kulturelle Performances wie Spiel, Sportveranstaltungen, politische Demonstrationen umfasst, dann fällt hier eine deutliche Parallele auf. Hier wie dort haben wir es mit organisierten Formierungen von Zuschauern und Akteuren zu tun, die für eine gewisse Zeit in intensive Interaktion miteinander treten können und sich dazu eines bestimmten Rahmes, einer Dramaturgie und einer Zeitstruktur bedienen. Weniger geht es dabei um eine spezifische Ästhetik als um die Darstellung von Gemeinschaft, um die Manifestation und Zur-Schau-Stellung eines gemeinsamen Handelns.*¹⁷⁵

Das Video tritt auf YouTube in einen permanenten Dialog mit seiner medialen Umgebung, es lässt sich „im Kontext von Social Networking Sites nicht mehr aus der kommunikativen Struktur herauslösen“¹⁷⁶. Auch Bruns bezeichnet die (Zwischen-)Ergebnisse von künstlerischen Produktionsprozessen im Internet dementsprechend als „inherently incomplete, always evolving, modular, networked, and never finished“¹⁷⁷.

Laut Lovink ist die Metareflexion des Kommentierens und Teilens bei Online-Videos sogar das Entscheidende, denn sie tauchen überhaupt erst dann im Blickfeld der Nutzer/innen auf, wenn sie durch Suchmaschinen gefunden, durch Kurzlinks in weitere Websites ein-

gebettet, geteilt und per E-Mail weitergeleitet werden können.¹⁷⁸ Ähnlich beschreiben Burgess und Green die Partizipationskultur als „YouTube-ness of YouTube“: „the practices of audiencehood – quoting, favoriting, commenting, responding, sharing, and viewing – all leave traces, and therefore they all have effects on the common culture of YouTube as it evolves.“¹⁷⁹ Diese Diskurse, die die YouTube-Nutzer/innen um die Videos herum initiieren, machen somit den grundlegenden Unterschied zwischen Filmen auf der Videoplattform und Kinofilmen beziehungsweise der Videokunst im Museum aus. Neben Theaterinszenierungen, künstlerischen Inszenierungen und Protestinszenierungen, in denen die Selbstinszenierung der Akteur/innen und die filmische Inszenierung auf YouTube eine bedeutende Rolle spielen, wird die Interaktion der Nutzer/innen auf YouTube somit ebenfalls als Inszenierung aufgefasst, nämlich als mediale Inszenierung auf YouTube, die bei Kunst und Theaterperformances auch eine *Reinszenierung* durch die Interaktionen der Nutzer/innen sein kann.

Durch diese permanenten Interaktionen werden die Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater auf YouTube zu kollektiv erschaffenen Produktionsprozessen mit einer verteilten Autorschaft. Kollektive Formen von Autorschaft und partizipative Produktionsprozesse lassen sich allerdings nicht nur bei Inszenierungen im Internet finden, sondern sind in Literatur, Kunst und Theater bereits seit Jahrzehnten präsent. Hier wird eine strenge Abgrenzung von ‚passiven‘ Zuschauer/innen, Besucher/innen beziehungsweise Leser/innen und ‚aktiven‘ Produzent/innen von künstlerischen und literarischen Inhalten vielfach kritisiert.¹⁸⁰ Im Folgenden soll daher der Begriff der Autorschaft in der Literaturwissenschaft kurz skizziert und ein Bogen zu Beispielen partizipativer Produktionsformen in Kunst und Theater geschlagen werden, in denen Zuschauer/innen ebenfalls als Akteur/innen mitwirken.

¹⁷³ Ernst; Wagner: „Performanz des Netzes“, S. 197.

¹⁷⁴ Ernst; Wagner: „Performanz des Netzes“.

¹⁷⁵ Ernst; Wagner: „Performanz des Netzes“, S. 200.

¹⁷⁶ Wagner: „Kunst im Netz“, S. 122.

¹⁷⁷ Bruns: *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond*, S. 22.

¹⁷⁸ Vgl. Lovink: „Engage in Destiny Design“, S. 12.

¹⁷⁹ Burgess; Green: *YouTube*, S. 57.

¹⁸⁰ Vgl. u.a. José van Dijk: „Users like you? Theorizing agency in user-generated content“. In: *Media, Culture & Society* 31 (2009), H. 1, S. 41–58, hier S. 43.

2.2.2 Verteilte Autorschaft und partizipative künstlerische Produktion

In der Literaturwissenschaft werden der Begriff der Autorschaft und sein Stellenwert für die Interpretation von Texten vor allem seit der Rezeption der einflussreichen Aufsätze „Tod des Autors“ von Roland Barthes und „Was ist ein Autor?“ von Michel Foucault aus den 1960er Jahren diskutiert. Mit vom Strukturalismus geprägten Argumenten plädiert Barthes dafür, den Autor nur noch als „Schreiber“ eines Textes zu verstehen, welcher keinen „irgendwie teleologischen Sinn enthält“, sondern ein „Gewebe von Zitaten“¹⁸¹ darstellt. Somit kommt dem Leser literarischer Texte eine zentrale Rolle zu und nicht mehr dem Autor: „Die Geburt des Lesers ist zu bezahlen mit dem Tod des Autors.“¹⁸² Mit seinem diskursanalytischen und subjektkritischen Ansatz kritisiert Foucault Barthes Ansatz, den Begriff des Schreibers als Ersatz für den des Autors zu positionieren und „einmal mehr sein Verschwinden festzustellen“¹⁸³. Foucault zeigt stattdessen in seinem Vortrag „Was ist ein Autor?“ von 1969 auf, dass diejenigen Diskurse im Text herauszuarbeiten sind, an denen die „Funktionen“¹⁸⁴ eines Autors sichtbar werden und nicht dessen auktoriale Absichten im Fokus der literaturwissenschaftlichen Analyse stehen sollten.

Die verschiedenen Rollen und Funktionen von Autor/innen und von Leser/innen werden während der Medienumbrüche der letzten Jahrzehnte mit besonderem Blick auf das Internet immer wieder neu entfacht.¹⁸⁵ Florian Hartling relativiert den Stellenwert der Internet-nutzer/innen für die literarische Produktion: Man könne zwar zwischen verschiedenen Formen unterscheiden, die er „genialistische“, „kollaborative“, „marginalisierte“ und „dissoziierende Autorschaft“ nennt, aber nicht von einem gänzlichen Verschwinden des Autorbegriffs ausgehen.¹⁸⁶ Hartling knüpft an den im Anschluss an Barthes Aufsatz „Tod des Autors“ geführten literaturwissenschaftlichen Diskurs um die „Rückkehr des Autors“¹⁸⁷ Ende der 1990er Jahre an, in dessen Rahmen Uwe Wirth statt dem „Tod des Autors“ und statt der „Geburt des Lesers“ die „Geburt des Editors“ als Arrangeur (digitaler)

¹⁸¹ Roland Barthes: „Der Tod des Autors“ [„La mort de l'auteur“, 1968]. Aus dem Französischen von Matias Martinez. In: Fotis Jannidis; Gerhard Lauer; Matias Martinez u.a. (Hrsg.): *Texte zur Theorie der Autorschaft*. Stuttgart: Reclam 2000, S. 185–193, hier S. 190. Ähnlich wie Barthes Ansatz geht auch Julia Kristevas Begriff der Intertextualität davon aus, dass jeder Text als Teil eines universalen Intertexts erscheint, sie bezeichnet Intertextualität als „Transposition eines Zeichensystems (oder mehrerer) in ein anderes“. Julia Kristeva (Hrsg.): *Die Revolution der poetischen Sprache*. Übers. aus dem Französischen von Rainold Werner. Frankfurt: Suhrkamp 1978, S. 69 (=edition suhrkamp Bd. 949).

¹⁸² Barthes: „Der Tod des Autors“, S. 193.

¹⁸³ Michel Foucault: „Was ist ein Autor?“ [„Qu'est-ce qu'un auteur?“, 1969]. Aus dem Französischen von Karin Hofer und Anneliese Botont. In: Jannidis; Lauer; Martinez u.a. (Hrsg.): *Texte zur Theorie der Autorschaft*, S. 198–229, hier S. 198. Zur Kritik am Begriff des Schreibens vgl. S. 206f.

¹⁸⁴ Vgl. Foucault: „Was ist ein Autor?“, S. 207f.: „Was man tun müsste, wäre, den durch das Verschwinden des Autors frei gewordenen Raum ausfindig zu machen, der Verteilung der Lücken und Risse nachzugehen und die freien Stellen und Funktionen, die dieses Verschwinden sichtbar macht, aus zu kundschaften“.

¹⁸⁵ Vgl. u.a. Roberto Simanowski: „Autorschaft und digitale Medien. Eine unvollständige Phänomenologie“. In: Lucas Marco Gisi; Urs Meyer; Reto Sorg (Hrsg.): *Medien der Autorschaft. Formen literarischer (Selbst-) Inszenierung von Brief und Tagebuch bis Fotografie und Interview*. München: Wilhelm Fink 2013,

literarischer Inhalte konstatiert.¹⁸⁸ In diesem Sinn bekräftigt auch Manovich, dass durch digitale Praktiken wie Sampling, Remixing und durch Open-Source-Software Autorschaften nicht verschwinden, sondern im Sinne einer *Akzentverschiebung* lediglich neu verortet werden.¹⁸⁹

Foucaults und Barthes Ansätze werden nicht nur in der Literaturwissenschaft rezipiert, sondern im Zuge des postmodernen Diskurses seit den 1990er Jahren auch in der Film-, Medien und Theaterwissenschaft, wo die Dichotomie zwischen aktiven Produzent/innen und passiven Zuschauer/innen hinterfragt wird: Ien Ang charakterisiert Fernsehzuschauer/innen als individuell selektierende „active meaning makers“¹⁹⁰ und Rainer Winter versteht den Akt des „produktiven“ Zuschauens im Film als kulturellen und ästhetischen Prozess.¹⁹¹ In diesem Sinn fordert auch Jacques Rancière die „Emanzipation des Zuschauers“¹⁹² im Theater und in der Kunst: „Man braucht ein Theater ohne Zuschauer, wo die Anwesenden lernen, anstatt von Bildern verführt zu werden, wo sie aktive Teilnehmende werden, anstatt passive Voyeurs zu sein.“¹⁹³ Allerdings solle laut Rancière der Prozess der eigenen *Sinnstiftung* im Rahmen der Rezeption des Werks den/die Zuschauer/in ermächtigen und nicht etwa sein/ihr Mitwirken an der künstlerischen Produktion.¹⁹⁴ Mit dieser Forderung kritisiert Rancière jene Tendenzen in der zeitgenössischen Kunst der 1990er Jahre, die den/die Zuschauer/in dadurch stärken wollen, dass sie ihn/sie selbst als Teil des Kunstwerks agieren lassen. Solche Entwicklungen, die den/die Zuschauer/in oder auch Museumsbesucher/innen in den künstlerischen Prozess aktiv einbinden, fasst Nicolas Bourriaud 2002 unter dem Begriff *Relational Aesthetics* zusammen.¹⁹⁵

Anhand interaktiver, partizipativer Produktionsprozesse, in denen das Publikum beziehungsweise der/die Museumsbesucher/in in die Kunst eingebunden wird, werden im Laufe des 20. Jahrhunderts die Grenzen zwischen den Begriffen Werk, Künstler/in und Zuschauer/in ausgelotet.¹⁹⁶ In den 1970er Jahren setzt sich beispielsweise Augusto Boal in seinem „Theater der Unterdrückten“¹⁹⁷ für die enge Verbindung zwischen Kunst und Politik und die Entgrenzung zwischen

S. 247–262 sowie Kerstin Paulsen: „Inszenierung von Autoren und Autorschaft im Internet“. In: Christine Künzel, Jörg Schönert (Hrsg.): *Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien*. Würzburg: Königshausen und Neumann 2007, S. 257–269.

¹⁸⁶ Vgl. Hartling: *Der digitale Autor*, S. 263–314.

¹⁸⁷ Fotis Jannidis; Gerhard Lauer; Matias Martínez u.a. (Hrsg.): *Rückkehr des Autors. Zur Erneuerung eines umstrittenen Begriffs*. Tübingen: Niemeyer 1999.

¹⁸⁸ Vgl. Uwe Wirth: „Der Tod des Autors ist die Geburt des Editors“. In: Roberto Simanowski (Hrsg.): *text + kritik. Zeitschrift für Literatur. Digitale Literatur* 152 (2001), S. 54–64.

¹⁸⁹ Vgl. Lev Manovich: „Models of Authorship in New Media. Who is the Author? Sampling / Remixing / Open Source“. (2002), online unter: <http://www.manovich.net/articles.php>.

¹⁹⁰ Ien Ang: *Living Room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. London: Routledge 1996, S. 11.

¹⁹¹ Vgl. Rainer Winter: *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess*. München: Quintessenz 1995, S. 221.

¹⁹² Jacques Rancière: *Der emanzipierte Zuschauer [Le spectateur émancipé, 2008]*. Übersetzt aus dem Französischen von Richard Steurer. Herausgegeben von Peter Engelmann. Wien: Passagen Verlag 2009.

¹⁹³ Rancière: *Der emanzipierte Zuschauer*, S. 13f.

¹⁹⁴ Vgl. Rancière: *Der emanzipierte Zuschauer*, S. 27f.

¹⁹⁵ Vgl. Nicolas Bourriaud: *Relational Aesthetics* [Esthétique Relationnelle, 1998]. Übersetzt aus dem Französischen von Simon Pleasance und Fronza Woods. Dijon: Les Presses du Réel 2002. Bourriaud bezieht sich u.a. auf die Kunst-Performances und Installationen des Künstler Rirkrit Tiravanija, siehe zum Beispiel *Untitled 1999* (*Tomorrow Can Shut Up and Go Away*), bei der der/die Besucher/in sich 24 Stunden im hölzernen Nachbau des Appartments des Künstlers aufhalten konnte, vgl. die Beschreibung auf der Website des Museum of Modern Art, New York, online unter: http://www.moma.org/collection/artist.php?artist_id=7479. Claire Bishop sieht wie Rancière Bourriauds Ansatz kritisch, vgl. ausführlich Claire Bishop: *Artificial Hells. Participatory Art and the Politics of Spectatorship*. London: Verso 2012, S.2ff. und 27ff.

¹⁹⁶ Vgl. Pavis: *Contemporary Mise en Scene*, S. 14.

¹⁹⁷ Augusto Boal: „Das Theater der Unterdrückten“ [1979]. In: Lazarowicz; Balme (Hrsg.): *Texte zur Theorie des Theaters*, S. 643–648. Boal entwickelt hier Bertolt Brechts *Lehrstücke* weiter, die auf die Aktivierung von Zuschauer/innen abzielen: Brechts „Lehrstücke“ sind „Stücke, die für die *Darstellenden* lehrhaft sind“ und „benötigen so kein Publikum“. Bertolt Brecht: *Werke*. Große kommentierte Berliner und Frankfurter Ausgabe. Herausgegeben von Werner Hecht, Jan Knopf, Werner Mittenzwei, Klaus-Detlev Müller. Bd. 23: *Schriften* 3, 1942–1956. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1993, S. 418.

¹⁹⁸ Vgl. etwa Marina Abramović *Performances in den 1970er Jahren* und die von Allan Kaprow geprägten *Happenings* sowie die Fluxus-Bewegung um Joseph Beuys in den 1960er Jahren.

Kunst und Leben ein, indem er Interventionen im öffentlichen Raum aufführt, die nicht sofort als Kunst erkennbar sind. Auch die Performance-Kunst der 1960er und 1970er Jahre setzt auf die aktive Involvierung von Zuschauer/innen in den Verlauf der Aufführungen, fokussiert aber extreme Schmerz- und Grenzerfahrungen der Künstler/innen, um Kunst und Leben miteinander verschmelzen zu lassen.¹⁹⁸ In der zeitgenössischen Theaterpraxis lassen sich ebenfalls vermehrt kollektive und interaktive Produktionsprozesse identifizieren. Beispiele wären die Arbeiten des Regisseurs Volker Lösch, der in seine Inszenierungen zum Beispiel ‚Laienchöre‘ einbindet, die als Spiegel und Kritik der Gesellschaft fungieren sollen,¹⁹⁹ oder die mit Stadtbewohnern aus Paris, Brüssel und Gwangju konzipierten internationalen Projekte *100% Stadt*²⁰⁰ des Regiekollektivs Rimini Protokoll. Die Langzeitperformances des Theaterkollektivs Signa²⁰¹ sehen sogar eine *spontane*, ungeplante Interaktion mit dem Publikum vor und lassen die Grenzen zwischen Realität und Kunstwerk verschwimmen. Auf solche Irritationen und ‚Störmomente‘ zielen bereits die kontrovers diskutierten Theaterperformances von Christoph Schlingensief mit der produktiven Einbindung des Publikums an der Schnittstelle zwischen politischem Aktivismus und Kunst im Sinne Rancières ab.²⁰² Auch für Rimini Protokolls intermediale Stücke, Hörspiele und „Audiowalks“ wie etwa *Call Cutta* (2005), *50 Aktenkilometer Berlin. Ein begehbares Stasihörspiel* (2011),²⁰³ *Remote X* (2013) oder *Situation Rooms* (2013) ist die starke Immersion des Theaterpublikums bezeichnend, die zum Beispiel mit Hilfe von Kopfhörern oder mit Tablets als Videoguides erreicht wird. Der theatrale Rezeptionsrahmen wird hier neu verortet: Der/die Zuschauer/in soll selbst als Akteur/in durch die von der Regie „gebaute[n] Versuchsanordnungen“²⁰⁴ ‚wandern‘ und eine jeweils eigene Dramaturgie, einen persönlichen Stückverlauf, generieren.²⁰⁵

Beeinflusst durch die Produktions- und Rezeptionsbedingungen der in den letzten Jahrzehnten jeweils ‚neuen‘ Medien Fernsehen, Video und Internet verorten intermedial ausgerichtete Theaterformen den/die Zuschauer/in somit neu im theatralen Gefüge zwischen Autor/

innen, Regisseur/innen und Schauspieler/innen.²⁰⁶ Kapitel 9 zeigt ausführlich, welche dramaturgische Funktion das ebenfalls partizipativ agierende Regiekollektiv Gob Squad mit der Einbindung des Theaterpublikums und des Videonetzwerks YouTube in die Theaterinszenierung *Western Society* verfolgt. Diese Inszenierung schließt den Kreis zwischen den hier diskutierten partizipativen Theaterformen mit einer kollektiven Autorschaft und dem Videonetzwerk YouTube, das hier allerdings zu einem Akteur der Inszenierung wird, die sich ihrerseits nur noch als offenes Netzwerk begreifen lässt und nicht mehr als zeitlich begrenzte Aufführung.

2.2.3 Das Videonetzwerk als Akteur:

Bruno Latours Akteur-Netzwerk-Theorie

Wenn YouTube als Netzwerk aufgefasst wird, wie in Kapitel 2.2.1 dargestellt wurde, ist nicht nur die technologische *oder* soziale Bedeutung von Netzwerken relevant, sondern das Zusammenspiel dieser beiden Ebenen im Sinne einer Verflechtung der sozialen und der technologischen Begriffsdimension des Netzwerks. Nur so kann die Rolle YouTube in den in Kapitel 4 bis 9 analysierten Protestinszenierungen und künstlerischen Inszenierungen ganzheitlich erfasst werden. Die Rückkopplungen zwischen den sozialen Praktiken der Nutzer/innen und der Infrastruktur, die die Plattform YouTube bietet, fasst Reichert treffend zusammen:

*Mit dem Social Tagging – aber auch mit Hyperlinks, Plug-ins, Rating- und Votingverfahren entstehen instabile (Bedeutungs-)Netze, mit denen das Video zwar zusätzliche Meta-Informationen erhält, aber dennoch einem offenen und unabgeschlossenen Bedeutungsprozess überantwortet wird. So entstehen fluide und sich permanent erweiternde Taxonomien (Klassifikationsschema), die sich durch Hyperlinks (elektronische Verweise zu einem anderen Dokument) und Social Bookmarking (kollektive Linksammlungen) vernetzen und im relationalen Gefüge der wechselseitigen Bezugnahmen nur eine Momentaufnahme abbilden.*²⁰⁷

¹⁹⁹ Vgl. zum Beispiel *Die Orestie* 2003 und *Die Weber* 2004 am Staatsschauspiel Dresden sowie *Marat, was ist aus unserer Revolution geworden?* 2008 am Schauspielhaus Hamburg. Siehe weitere Beispiele zum „Theater der Teilhabe“ ausführlich in: Matthias Dreyer: „Demokratische Ästhetik. Überlegungen zum zeitgenössischen Theater der Teilhabe“. In: Myrna-Alice Prinz-Kiesbüye; Yvonne Schmidt; Pia Stricker (Hrsg.): *Theater und Öffentlichkeit. Theatervermittlung als Problem*. Zürich: Chronos Verlag 2012, S. 77–89 (=Materialien des ITW Bern 11).

²⁰⁰ Vgl. die Informationen dazu online unter: http://www.rimini-protokoll.de/website/de/projects_date.php.

²⁰¹ Vgl. zum Beispiel *Die Erscheinungen der Martha Rubin* in der Halle Kalk am Schauspiel Köln 2007 sowie weitere Performances auf der Website von Signa, online unter: <http://signa.dk/projects?pid=53980>. Vgl. außerdem die Theatergruppen Ligna, Forced Entertainment und Geheimagentur, die Kai van Eikels als Beispiele von kollektiven Theaterformen ausführlich analysiert in: Kai van Eikels: *Die Kunst des Kollektiven. Performance zwischen Theater, Politik und Sozio-Ökonomie*. München: Wilhelm Fink 2013.

²⁰² Vgl. u.a. das bekannte Beispiel *Bitte liebt Österreich – Erste europäische Koalitionswoche* aus dem Jahr 2000, in der als Persiflage auf die TV-Serie *Big Brother* ein Container bei den Wiener Festwochen aufgestellt wurde, aus dem das Publikum per Abstimmung die im Container ausharrenden Schauspieler, die Flüchtlinge verkörperten, „abschieben“ lassen konnte.

²⁰³ Siehe auch das ähnliche Projekt *Radiolortung. 10 Aktienkilometer* Dresden, vgl. online unter: http://www.rimini-protokoll.de/website/de/project_5964.html.

²⁰⁴ Wolf-Dieter Ernst: „Akteure im Netz, Rimini Protokolls Call Cutta und die Unwahrscheinlichkeit der Kommunikation“. In: Hajo Kurzenberger; Hanns-Josef Orthell; Matthias Rebstock (Hrsg.): *Kollektive in den Künsten*. Hildesheim: Georg Olms Verlag 2008, S. 179–191, hier S. 179 (=Medien und Theater Bd. 10).

²⁰⁵ Vgl. außerdem zur Rolle der Medien in Inszenierungen von Rimini Protokoll: Christopher Balme: „Surrogate Stages. Theatre, Performance and the Challenge of New Media“. In: *Theatre Research International* 13 (2008), H. 2, S. 80–91.

²⁰⁶ Eine ausführliche aktuelle Studie zu künstlerischen Partizipationsstrukturen im Internet und die Rolle des Publikums als vernetzte „Crowd“ bietet Manuela Naveau, die zugleich Kuratorin der Ars Electronica Linz ist. Vgl. Manuela Naveau: *Crowd and Art – Kunst und Partizipation im Internet*. Bielefeld: transcript 2017.

²⁰⁷ Ramón Reichert: *Die Macht der Vielen. Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung*. Bielefeld: transcript 2013, S. 157.

²⁰⁸ Einen Überblick über die empirische sozialwissenschaftliche Netzwerkforschung bietet Boris Holzer, vgl. Boris Holzer: *Netzwerke*. Bielefeld: transcript 2006, S. 29ff. Für detaillierte Ausführungen zur Methode der Netzwerkanalyse in unterschiedlichen Disziplinen vgl. auch Christian Stegbauer; Roger Häußling (Hrsg.): *Handbuch Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag 2010 (=Netzwerkforschung Bd. 4) sowie insbesondere zur Netzwerkforschung im Internet: Barbara Frank-Job; Alexander Mehler; Tilmann Sutter (Hrsg.): *Die Dynamik sozialer und sprachlicher Netzwerke. Konzepte, Methoden und empirische Untersuchungen an Beispielen des WWW*. Wiesbaden: VS Verlag 2013.

Die hier getroffene Charakterisierung der Netzwerkkulturen im Internet als „Momentaufnahme“ ist in Bezug auf Inszenierung und Öffentlichkeit auf YouTube entscheidend. In der vorliegenden Studie soll es allerdings nicht darum gehen, soziologische, empirisch-quantitative Netzwerkforschung²⁰⁸ zu betreiben und die hier von Reichert beschriebenen Beziehungen anhand von Knoten und Kanten nachzuzeichnen. Vielmehr soll ein *noch nicht bestehendes* Netzwerk an Verknüpfungen und Diskursen herausgearbeitet und nicht lediglich das Netzwerk an Interaktionen der YouTube-Nutzer/innen visualisiert werden. Dazu ist der Begriff des Netzwerks hilfreich, wie ihn der französische Soziologe Latour in seiner ANT verwendet. Latour greift dabei den Netzbegriff auf, den die Poststrukturalisten Deleuze und Guattari in ihrem Konzept des „Rhizoms“ skizzieren: Um die dezentralen Strukturen im Internet zu beschreiben, ist der Begriff des Rhizoms sehr passend, da es laut Deleuze und Guattari ein „nicht zentriertes, nicht hierarchisches und nicht signifikantes System ohne General, organisierendes Gedächtnis und Zentralautomat“²⁰⁹ darstellt. „Im Unterschied zu den Bäumen und ihren Wurzeln verbindet das Rhizom einen beliebigen Punkt mit einem anderen“²¹⁰, wobei keine Unterscheidung zwischen Subjekt und Objekt erfolgt, wie Deleuze und Guattari erläutern. Diese Unterscheidung trifft auch Latour nicht, was den Kern seiner Theorie ausmacht.

Die ANT, die Latour fast „Aktant-Rhizom-Ontologie“ genannt hätte²¹¹, wird in den 1980er Jahren von einer Forschergruppe um Bruno Latour, John Law und Michel Callon im Rahmen der Technik- und Wissenschaftsforschung entwickelt. Reiner Ruffing bringt den Ansatz Latours, mit dem er sowohl Realismus als auch Konstruktivismus kritisiert, in einem Satz auf den Punkt:

*Was Latour interessiert, ist nicht, ob die Wirklichkeit existiert, sondern, in welcher Art von Wirklichkeit wir leben und aus welchen Dingen, Netzwerken und sozialen Beziehungen sie besteht.*²¹²

Um solche Phänomene in den Blick zu nehmen, wird in der ANT die Dichotomie zwischen menschlichen Subjekten als einzigen Akteur/

innen und passiven (technologischen) Objekten aufgehoben und letzteren ebenfalls Handlungsfähigkeit zugestanden:

*Das Ziel des Spiels besteht nicht darin, Subjektivität auf Dinge zu übertragen oder Menschen als Objekte zu behandeln oder Maschinen als soziale Akteure zu betrachten, sondern die Subjekt-Objekt-Dichotomie ganz zu umgehen und stattdessen von der Verflechtung von Menschen und nicht-menschlichen Wesen auszugehen.*²¹³

All diese menschlichen und „nicht-menschlichen“ Akteur/innen nennt Latour in Anlehnung an die Semiotik Aktanten und gesteht ihnen eigene Handlungsmacht zu.

*Außer zu ‚determinieren‘ und als bloßer ‚Hintergrund für menschliches Handeln‘ zu dienen, könnten Dinge vielleicht ermächtigen, ermöglichen, anbieten, ermutigen, erlauben, nahelegen, beeinflussen, verhindern, autorisieren, ausschließen und so fort.*²¹⁴

Entscheidend in Bezug auf das Handeln ist somit das „fait-faire“, das „Handeln-Machen“²¹⁵ von Akteur/in zu Akteur/in. Hinsichtlich des Verhältnisses von Akteur/innen und Netzwerken betont Latour: „Die Aufgabe besteht darin, Akteure *als* Netzwerke von Verbindungen zu entfalten.“²¹⁶ An der Formulierung „Akteure *als* Netzwerke“ anstatt etwa Akteur/innen *in* Netzwerken wird erkennbar, dass das Videonetzwerk YouTube mit diesem Netzwerkbegriff Latours nicht identisch ist. Die Kartierung eines bereits existierenden Netzwerks ist nicht das, was laut Latour das Ziel soziologischer Analysen sein soll: Ein Netzwerk bezeichnet „nicht ein Ding da draußen, das im groben die Gestalt miteinander verbundener Punkte hätte, wie etwa ein Telefon-, Autobahn- oder Kanalisationsnetz“²¹⁷. Analog zu Latour konstatieren auch Munster und Lovink in ihrer Kritik an der empirischen *Social Network Analysis*: „[t]he map is not the network“²¹⁸.

We should forget about exposing the links that are already there, and, with our capacity to engage a networked logic, forge links to what is in the network but not yet of the network. By this we mean to invoke

²⁰⁹ Deleuze; Guattari: *Rhizom*, S. 35.

²¹⁰ Deleuze; Guattari: *Rhizom*, S. 34.

²¹¹ Vgl. Latour: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft*, S. 24.

²¹² Reiner Ruffing: *Bruno Latour*. Paderborn: Wilhelm Fink 2009, S. 14 (=UTB Profile 3044).

²¹³ Bruno Latour: *Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft [Pandora's Hope. Essays on the Reality of Science Studies, 1999]*. Aus dem Englischen von Gustav Roßler. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2000, S. 236f.

²¹⁴ Latour: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft*, S. 124.

²¹⁵ Latour: *Die Hoffnung der Pandora*, S. 354.

²¹⁶ Latour: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft*, S. 236.

²¹⁷ Latour: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft*, S. 224.

²¹⁸ Munster; Lovink: „Theses on Distributed Aesthetics“ (online).

*a project more akin to social aesthetics or aesthesia in which we engage in and with the collective experiences of being embroiled in networks and being actively part of their making. This we can contrast with the abstracted activity of simply mapping quantities of data – such as social network maps – a form of production already captured by the codes and conventions of connectivity.*²¹⁹

²¹⁹ Munster; Lovink: „Theses on Distributed Aesthetics“ (online).

²²⁰ Latour: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft*, S. 228.

²²¹ Latour: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft*, S. 28.

²²² Vgl. Bruno Latour: „Gebt mir ein Laboratorium und ich werde die Welt aus den Angeln heben“. In: Andréa Belliger; David J. Krieger (Hrsg.): *ANTology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie*. Bielefeld: transcript 2006, S. 103–134, hier S. 116ff.

²²³ Munster; Lovink: „Theses on Distributed Aesthetics“ (online).

²²⁴ Krieger; Belliger: *Interpreting Networks*, S. 20.

Der Begriff des Netzwerks solle vielmehr als „Konzept“ dienen, als „Werkzeug, mit dessen Hilfe etwas beschrieben werden kann, nicht das Beschriebene“²²⁰. Latour betont, dass der/die Forscher/in „den Akteuren folgen“²²¹ solle. Er/sie wird damit selbst als Bestandteil des Erforschten, als Akteur/in, und nicht als außenstehende/r Beobachter/in positioniert.²²² Dies greifen auch Munster und Lovink auf: „We’re not merely reflecting, imaging or imagining [...]. We are configuring and remaking.“²²³ Zusammenfassend erklären Krieger und Belliger Latours Begriff des Netzwerks sehr treffend:

*The actor is the network and the network is the actor. It is the network that constructs meaning and does the interpreting. It is the network that acts, performs, and does things. Networks are interpreting and not merely interpreted.*²²⁴

Digitale Netzwerke und das Internet selbst fungieren demnach als Akteure in Latours Netzwerken. Außerdem sind sie ein Hilfsmittel, um die in der Forschung ausgearbeiteten neuen Netzwerke besser visualisieren und damit auch physisch erfahrbar machen zu können. In seinem Vortrag *Networks, Societies, Spheres*, den Latour bei einem Workshop 2011 auf Einladung von Castells hielt, spricht er von den Potenzialen der ANT unter digitalen Netzwerkbedingungen:

*But what I like most in the new networks is that the expansion of digitality has enormously increased the material dimension of networks: The more digital, the less virtual and the more material a given activity becomes.*²²⁵

²²⁵ Bruno Latour: „Networks, Societies, Spheres. Reflections of an Actor-Network Theorist“. In: *International Journal of Communication* 5 (2011), S. 796–810, hier S. 802.

In diesem Sinn führt auch das Video auf YouTube zu einer Materialisierung von Netzwerken, die durch die „Handlungsinitiativen“²²⁶ der Akteur/innen entstehen, die Spuren hinterlassen, wie zum Beispiel in Kommentaren, medialen Berichterstattungen oder Videolöschungen. Das technologische Videonetzwerk YouTube wird also nicht als das zu analysierende Netzwerk Latours aufgefasst, sondern als einer der *Akteure der Inszenierungen, die ein Netzwerk erst entstehen lassen*. Für dieses entstehende Netzwerk an Prozessen, an denen technologische und menschliche Akteur/innen mitwirken, haben Munster und Lovink den Begriff der *Distributed Aesthetics* geprägt:

*Distributed Aesthetics must deal simultaneously with the dispersed and the situated, with asynchronous production and multi-user access to artifacts [...]. Distributed Aesthetics, as project, needs to be understood as a participatory journey of network users, aiming to capture the not yet described, the not yet visualised, beyond poles such as real-virtual, new-old, offline-online and global-local.*²²⁷

Wichtig ist demnach, dass das Kunstwerk ein offener, fluider Prozess mit sich ständig ändernden Strukturen ist, auf die theoretisch jede/r jederzeit zugreifen kann.²²⁸ In diesem Sinn sollen auch die Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater als Netzwerke aufgefasst werden, die nicht nur innerhalb von YouTube, sondern auch innerhalb und außerhalb des gesamten Internets verlaufen. *Distributed Aesthetics* lässt keine Dichotomien wie „online-offline“, „real-virtuell“ oder „global-lokal“ zu, wie Munster und Lovink betonen. Diese Forderung basiert auf der Verschmelzung zwischen Technologie und Gesellschaft, die Latour konstatiert. Auch die Videos, Links und Kommentare der YouTube-Nutzer/innen, die aus ihrer Lebenswelt berichten, wie insbesondere das Kapitel 5 zeigen wird, können als Beispiele für Technik als „stabilisierte Gesellschaft“ aufgefasst werden:

Man könnte Technik den Augenblick nennen, in dem soziale Konstellationen durch die Gruppierung von Akteuren und Beobachtern Stabilität erhalten; so stellen Gesellschaft und Technik nicht zwei

²²⁶ Schüttelpelz: „Elemente einer Akteur-Medien-Theorie“, S. 10.

²²⁷ Munster; Lovink: „Theses on Distributed Aesthetics“ (online). Der italienische Medienwissenschaftler Vito Campanelli wendet den Ausdruck ‚diffuse aesthetics‘ für die Beschreibung der Ästhetik digitaler Netzwerke an, da das Adjektiv ‚diffuso‘ im Italienischen sowohl weit verbreitet als auch populär heißen kann. Er übernimmt damit den Begriff ‚estetica diffusa‘ des Kunsthistorikers und Philosophen Ernesto Francalanci, der den Begriff für Phänomene im 19. Jahrhundert nutzt. Vgl. Vito Campanelli: *Web Aesthetics. How Digital Media Affect Culture and Society*. Rotterdam: Nai Publishers 2011, S. 235 (=Studies in Network Cultures).

²²⁸ Vgl. dazu auch Edwina Bartlem: „Reshaping Spectatorship. Immersive and Distributed Aesthetics“. In: *FibreCulture 7* (2005), online unter: <http://seven.fibreculturejournal.org/fcj-045-reshaping-spectatorship-immersive-and-distributed-aesthetics/>.

²²⁹ Bruno Latour: „Technik ist stabilisierte Gesellschaft“. In: Belliger; Krieger (Hrsg.): *ANTology*, S. 369–397, hier S. 395.

²³⁰ Tristan Thielemann: „Digitale Rechenschaft. Die Netzwerkbedingungen der Akteur-Medien-Theorie seit Amtieren des Computers“. In: Ders.; Erhard Schüttelpelz (Hrsg.): *Akteur-Medien-Theorie*. Bielefeld: transcript 2013, S. 377–424, hier S. 383.

²³¹ Vgl. Erhard Schüttelpelz: „Elemente einer Akteur-Medien-Theorie“. In: Tristan Thielemann; Ders. (Hrsg.): *Akteur-Medien-Theorie*, S. 9–67, hier S. 10. Die Rezeption der ANT im deutschsprachigen Raum wurde maßgeblich intensiviert durch den Band *ANTology*. Ein einführendes Handbuch in die Akteur-Netzwerk-Theorie. Vgl. Belliger; Krieger (Hrsg.): *ANTology*. Siehe auch folgenden medienwissenschaftlichen Forschungsbeitrag vor allem zum poststrukturalistischen Charakter der ANT: Matthias Wieser: *Das Netzwerk von Bruno Latour. Die Akteur-Netzwerk-Theorie zwischen Science & Technology Studies und poststrukturalistischer Soziologie*. Bielefeld: transcript 2012. Speziell zur Rezeption der ANT in den Kunstwissenschaften vgl.: Thomas Hensel; Jens Schröter: „Die Akteur-Netzwerk-Theorie als Herausforderung der Kunstwissenschaften“. In: *Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft* 57 (2012), H. 1, S. 5–18.

²³² Forschungsprojekt *Networking. Zur Performance distribuiert Ästhetik*, 2007–2009, Institut für Theaterwissenschaft der LMU München. Siehe die detaillierte Projektbeschreibung online unter: <http://www.networking.theaterwissenschaft.uni-muenchen.de/index.html>.

²³³ Vgl. zum Methodenvorschlag der ANT in der Theaterwissenschaft: Ernst; Wagner: „Performanz des Netzes“ und Bairlein; Balme; Brincken u.a. (Hrsg.): *Netzwerken*.

*ontologisch verschiedene Einheiten, sondern eher Phasen derselben essentiellen Handlung dar.*²²⁹

Netzwerkbildung ist damit ein Prozess, mit dem die neuen Kommunikations- und Handlungsräume jenseits der nicht mehr eindeutig ziehbaren Grenzen zwischen virtuellen und ‚physischen‘ Räumen erfasst werden können.

Wie Tristan Thielemann in Hinblick auf die Medienwissenschaften formuliert, „hat in der ANT schon immer ein Forschungsinteresse an vernetzten Medien [...] bestanden“²³⁰. Thielemann und Erhard Schüttelpelz schlagen für einen ergiebigen medienwissenschaftlichen Diskurs über die ANT ihre ‚Umbenennung‘ in „Akteur-Medien-Theorie“ vor, da es vor allem um den Blick auf die „Handlungsinitiativen“ der verschiedenen Akteur/innen – Menschen sowie Medien – gehe.²³¹ Auch in der Theaterwissenschaft wird die Netzwerkperspektive genutzt, um Fragestellungen in Bereich intermedial vernetzter Performances und die „Performanz distribuiert Ästhetik“²³² zu untersuchen und zu weiter reichenden Forschungsergebnissen zu gelangen als mit den traditionellen Methoden der Inszenierungsanalyse.²³³ Wenn die Theaterinszenierung als Netzwerk analysiert wird, stellt sie kein fertiges künstlerisches Produkt dar, sondern sie agiert, sie „vollzieht“²³⁴. Ernst macht drei Aspekte von Latours ANT für die Inszenierungsanalyse nutzbar: die antihierarchischen Verbindungen zwischen den Akteur/innen, die ein Netzwerk bilden, den offen bleibenden Zugang zum Netzwerk sowie das Zusammenspiel unterschiedlicher zerstreuter Akteur/innen.²³⁵ Ähnlich zeigt auch Balme auf, wie das Konzept der distribuierten Ästhetik außerhalb der digitalen Medienkunst für die Analyse vernetzter Prozesse in zeitgenössischen Theaterperformances adaptiert werden kann und veranschaulicht anhand der Inszenierung *Bitte liebt Österreich – Erste europäische Koalitionswoche* von Christoph Schlingensiefel aus dem Jahr 2000, dass auch das Theater als distribuierte Ästhetik durch das Zusammenspiel mit anderen Medien eine zerstreute, nicht nur lokal am theatralen Erlebnis selbst verortete Öffentlichkeit erreichen kann.²³⁶

Kritiker/innen der ANT vermissen bei ihrer Anwendung zur Lösung wissenschaftlicher Fragestellungen die fehlende Dimension der Zeit bei der Entfaltung von Akteursnetzwerken. In Anlehnung an den Soziologen Barry Barnes zählt der Medienwissenschaftler Nick Couldry diesen Aspekt als eine der „Anwendungsgrenzen“ der ANT im Rahmen der Medienforschung auf: „Die ANT vernachlässigt die langfristigen Konsequenzen von Netzwerken für die Verteilung von sozialer Macht.“²³⁷ Durch die fehlende Erfassung von zeitlicher Dynamik können laut Couldry somit die unterschiedlichen Machtgefüge zwischen den einzelnen Akteur/innen nicht erfasst, geschweige denn erklärt werden. Auf diese Kritik an der ANT entgegnet Latour, dass anhand der Beschreibung von Netzwerken die Macht- und Herrschaftsstrukturen zwischen den Akteur/innen sehr wohl herausgearbeitet werden können²³⁸ und auch sein Kollege und Mitbegründer der ANT, Law, hält dazu fest:

*In dieser Sichtweise besteht die Aufgabe der Soziologie in der Charakterisierung dieser Netzwerke und deren Heterogenität, und in der Erforschung der Art und Weise, wie sie so strukturiert sind, dass sie Effekte wie Organisationen, Ungleichheit und Macht erzeugen.*²³⁹

Forscher/innen müssen in den Netzwerken die Verbindungen zwischen den Akteur/innen so detailliert herausarbeiten, dass sich Machtbeziehungen widerspiegeln. Die Akteursnetzwerke, die dabei geschaffen werden, werden laut Callon, ebenfalls Mitbegründer der ANT, im Prozess der „Übersetzung“²⁴⁰ in sogenannte *black boxes* eingeschlossen, die aber immer wieder geöffnet werden können, denn „these simplifications may always be rejected“²⁴¹. Demnach können immer wieder neue Netzwerke mit neuen Akteur/innen oder auch neue Akzentuierungen, veränderte Machtverhältnisse und Verschiebungen innerhalb der Verbindungen zwischen den bereits verfolgten Akteur/innen geschaffen werden: „A ‚black box‘ whose operation has been reduced to a few well-defined parameters gives way to a swarm of new actors.“²⁴²

²³⁴ Wolf-Dieter Ernst: „Akteur-Netzwerke und Performance-Analyse. Gob Squads Room Service“. In: Bärlein; Balme; Brincken u.a. (Hrsg.): *Netzkulturen*, S. 57–80, S. 60.

²³⁵ Vgl. Ernst: „Akteur-Netzwerke und Performance-Analyse“, S. 61ff.

²³⁶ Vgl. Balme: „Distribuierte Ästhetik“, S. 48ff. sowie Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 174ff. Zum Begriff der Öffentlichkeit vgl. ausführlich Kapitel 3.

²³⁷ Nick Couldry: „Akteur-Netzwerk-Theorie und Medien: Über Bedingungen und Grenzen von Konnektivitäten und Verbindungen“. Übersetzt aus dem Englischen von Sebastian Deterding. In: Hepp; Krotz; Moores u.a. (Hrsg.): *Konnektivität, Netzwerk und Fluss*, S. 101–117, hier S. 109. Vgl. zu Barry Barnes Kritik an der ANT: Barry Barnes: „The Macro/Micro Problem and the Problem of Structure and Agency“. In: George Ritzer; Barry Smart (Hrsg.): *Handbook of Social Theory*. London: Sage Publications Ltd. 2001, S. 339–352. Vgl. zur Frage nach der Berücksichtigung von Machtstrukturen in Bezug auf YouTube ausführlich Kapitel 2.3.2 zu YouTube als Dispositiv.

²³⁸ Vgl. Latour: „Technik ist stabilisierte Gesellschaft“, S. 369, S. 389 und S. 396.

²³⁹ John Law: „Notizen zur Akteur-Netzwerk-Theorie“. In: Belliger; Krieger (Hrsg.): *ANTology*, S. 429–446, hier S. 432.

²⁴⁰ Michel Callon: „The sociology of an actor-network. The case of the electric vehicle“. In: Ders.; John Law; Arie Rip (Hrsg.): *Mapping the Dynamics of Science and Technology. Sociology of Science in the Real World*. London: The Macmillan Press 1986, S. 19–34, hier S. 33.

²⁴¹ Callon: „The sociology of an actor-network“, S. 34.

²⁴² Callon: „The sociology of an actor-network“, S. 29.

²⁴³ Sybille Krämer: „Was haben die Medien, der Computer und die Realität miteinander zu tun? Zur Einleitung in diesem Band“. In: Dies. (Hrsg.): *Medien Computer Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1998, S. 9–26, hier S. 14.

²⁴⁴ Knut Hacketh: „Das ‚Medium‘, die ‚Medien‘ und die Medienwissenschaft“. In: Rainer Bohn; Eggo Müller; Rainer Ruppert (Hrsg.): *Ansichten einer künftigen Medienwissenschaft*. Berlin: edition sigma 1988, S. 51–74, hier S. 53 (=Sigma-Medienwissenschaft 1). Solch eine wahrnehmungsorientierte Medientheorie thematisiert bereits Marshall McLuhan Ende der 1960er Jahre in seiner einflussreichen Schrift *The medium is the message*. Der Ansatz geht auf Walter Benjamins bis heute einflussreichen Aufsatz *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* von 1936 zurück, der die Veränderung der ästhetischen Wahrnehmung durch technologische Neuerungen thematisiert: „Die Art und Weise, in der die menschliche Sinneswahrnehmung sich organisiert – das Medium, in dem sie erfolgt – ist nicht nur natürlich sondern auch geschichtlich bedingt.“ Walter Benjamin: „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ [1936]. In: Ders.: *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. 3 Studien zur Kunstsoziologie. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 12. Auflage, 1981, S. 7–44, hier S. 14 (=edition suhrkamp Bd. 28). Zu McLuhan vgl. Marshall McLuhan: *The medium is the message. An inventory of effects*. Harmondsworth / Middlesex: Penguin Books 1967.

²⁴⁵ Vgl. Mike Sandbothe: „Interaktivität – Hypertextualität – Transversalität. Eine medienphilosophische Analyse des

Trotz dieser Argumentationen der ANT-Begründer sollen die je nach Netzwerk individuell mehr oder weniger ausgeprägten Schwachstellen der ANT in Bezug auf die Erforschung von Protestinszenierungen und (Re-)Inszenierungen von Kunst und Theater auf YouTube damit ausgeglichen werden, dass neben der ANT die Methode der empirischen Inhaltsanalyse der datierten Videokommentare angewandt wird. Durch diese Methodenkombination können auch die zeitliche Dimension der Kommentare berücksichtigt und sich ergänzende Rückschlüsse aus den Auswertungen gezogen werden. Zudem kann mit dieser Herangehensweise YouTubes Rolle als mediales, wahrnehmungsstrukturierendes Display und Dispositiv in den Blick genommen werden, da diese in den Videokommentaren deutlich in Erscheinung tritt. Wie in den Kapiteln 4 bis 9 zu sehen sein wird, übernimmt YouTube in den einzelnen Inszenierungen außerdem die Rollen eines Mediums und die eines performativen Archivs der Videobilder. Diese einzelnen Rollen sollen im Folgenden als Abschluss von Kapitel 2 theoretisch untermauert werden.

2.3 YouTubes unterschiedliche Rollen in den Inszenierungen

2.3.1 Das Medium

Obwohl YouTube kaum als ontologisch abgrenzbares Einzelmedium beschreibbar ist, ist der Begriff des Mediums als Analysewerkzeug neben dem Akteurs- und Netzwerkbegriff unabdingbar: In den analysierten Protestinszenierungen und künstlerischen Inszenierungen werden unterschiedliche Wahrnehmungskonditionen der Rezipient/innen innerhalb verschiedener Medien thematisiert, wie zum Beispiel die Rezeption auf YouTube im Unterschied zu derjenigen im Theater oder zur Rezeption von Kunst im Museum.

Im Folgenden wird der kulturwissenschaftlich gebrauchte Medienbegriff angewandt, der den Fokus seiner Bedeutung im Zusammenhang mit dem Begriff der Medienästhetik auf die Wahrnehmung durch die Rezipient/innen legt, wie Sybille Krämer formuliert: Medien über-

tragen „nicht einfach Botschaften, sondern entfalten eine Wirkkraft [sic!], welche die Modalitäten unseres Denkens, Wahrnehmens, Erfahrens, Erinnerns und Kommunizierens prägt“²⁴³. Diese Deutung des Medienbegriffs geht über eine reine technologische Ausrichtung im Sinne eines Kommunikationskanals hinaus. Hickethier betont in diesem Sinn, dass die technische Vermittlung dort relevant wird, „wo sie Auswirkungen auch auf die ästhetische Struktur des Vermittelten, auf die ästhetische Bedeutungsproduktion und die Wahrnehmung hat“²⁴⁴. In dieser Formulierung weist der Begriff des Mediums große Ähnlichkeit zum Begriff des Dispositivs auf, der im folgenden Kapitel 2.3.2 erläutert wird und als Ergänzung zum Medienbegriff hilfreich ist, um den Blick auf die Ordnungsstrukturen zu lenken, die YouTube als Rahmen der Videos übernimmt.

In Bezug auf YouTube als Medium ist der Begriff der Hypermedialität relevant, der seinen Ursprung im Begriff der Hypertextualität hat, der die nicht-lineare und somit nicht-hierarchische Anordnung von Texten im Internet beschreibt.²⁴⁵ Im Folgenden sollen jedoch die Beziehungen zwischen den Medien, die der Begriff der Hypermedialität impliziert, genauer in den Blick genommen werden. Im Zuge der Einführung des Computers als „Integrator aller vorherigen Medien“²⁴⁶, als „Hybridmedium“²⁴⁷, kommt Jay David Bolters und Richard Grusins Ansatz der *remediation* eine zentrale Bedeutung zu: Grusin und Bolter prägen mit diesem Begriff das zentrale Gestaltungsprinzip der ‚neuen Medien‘²⁴⁸, welche die ‚alten Medien‘ nicht verdrängen, sondern vielmehr die Auseinandersetzung mit diesen suchen: „A medium is that which remediates. It is that which appropriates the techniques, forms, and social significance of other media and attempts to rival or refashion them in the name of the real.“²⁴⁹ Henry Jenkins beschreibt den Prozess der *remediation* zwischen YouTube, Film und Fernsehen wie folgt:

What is revolutionary about YouTube is that it constitutes [...] a site where mass media is quoted and redeployed, home media gains public access and various subcultures produce and share media. It is

Internet“. In: Stefan Münker; Alexander Roesler (Hrsg.): *Mythos Internet*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997, S. 56–82, hier S. 72 (=edition suhrkamp Bd. 2010).

²⁴⁶ Wolfgang Coy: „Aus der Vorgeschichte des Computers“. In: Norbert Bolz; Friedrich Kittler; Georg Christoph Tholen (Hrsg.): *Computer als Medium*. München: Fink 1994, S. 19–38, hier S. 30.

²⁴⁷ Joachim R. Höflisch: „Zwischen massenmedialer und technisch vermittelter interpersonaler Kommunikation. Der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen“. In: Klaus Beck; Gerhard Vowe (Hrsg.): *Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation?*. Berlin: Wissenschaftsverlag Spiess 1997, S. 85–104, hier S. 85. Vgl. auch Mike Sandbothe: „Digitale Verflechtungen. Eine medienphilosophische Analyse von Bild, Sprache und Schrift“. In: Klaus Beck; Gerhard Vowe (Hrsg.): *Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation?*. Berlin 1997, S. 145–157, hier S. 146.

²⁴⁸ Im Laufe der Studie werden die Begriffe ‚neue Medien‘ und ‚digitale Medien‘ synonym verwendet. Den Oberbegriff ‚neue Medien‘ verwende ich in Anlehnung an Karin Bruns und Ramón Reichert im Sinne einer „nicht mehr wegzudenkende[n] Sprachregelung und -konvention, die sowohl Alltags- wie auch Wissenschaftskulturen prägt“. Vgl. Karin Bruns, Ramón Reichert: „Vorwort“. In: Dies. (Hrsg.): *Reader Neue Medien. Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation*. Bielefeld: transcript 2007, S. 1–19, hier S. 14. Die verwendeten Anführungszeichen sollen bewusst das Augenmerk auf das jeweils Zeitbezogene dieses Begriffs legen: Der Begriff ‚neue Medien‘ wurde zunächst für die Medien Radio und Fernsehen genutzt, dann in den 1980er Jahren für Video, Bildschirmtext und

Computer und subsumiert seit den 1990er Jahren alle elektronischen, digitalen, interaktiven und damit nicht analogen Medien. Vgl. dazu Tholen: „Medium/Medien“, S. 150 sowie ausführlich Lev Manovich: *The Language of New Media*. Cambridge, Mass. u.a.: MIT Press 2001. Durch die Etablierung des Social Web kommt wiederum eine ‚neue‘ Entwicklung hinzu.

²⁴⁹ Jay David Bolter; Richard Grusin: *Remediation. Understanding new media*. Cambridge: MIT press 1999, S. 65.

²⁵⁰ Henry Jenkins: „What Happened Before YouTube?“. In: Burgess; Green: *YouTube*, S. 109–125, hier S. 109ff.

²⁵¹ Richard Grusin: „YouTube at the End of New Media“. In: Vonderau, Snickars (Hrsg.): *The YouTube Reader*, S. 60–67, hier S. 66.

²⁵² Vgl. Henry Jenkins: *Convergence Culture. Where old and new media collide*. New York/London: New York University Press 2006, S. 17ff. Friedrich Kittler beschreibt bereits 1986, dass analoge Medien – Kittler geht von einem technologischen Medienbegriff aus – als der „totale Medienverbund auf Digitalbasis“ in das Computermedium übergehen. Vgl. Friedrich Kittler: *Grammophon Film Typewriter*. Berlin: Brinkmann & Bose 1986, S. 8. Vgl. dazu auch Martina Leeker: „Intermediale Performances. Vom Umgang mit Medienkonvergenz 1966/2001“. In: Nadja Elia-Borer; Samuel Sieber; Georg Christoph Tholen (Hrsg.): *Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien*. Bielefeld: transcript 2011, S. 87–108, hier S. 102ff.

²⁵³ Jens Schröter: „Intermedialität, mediale Spezifik und die universelle Maschine“. In: Krämer (Hrsg.): *Performativität und Medialität*, S. 385–411, hier S. 403.

*astonishing that YouTube is so routinely referenced by mass media and so regularly deployed by people we know.*²⁵⁰

Zusätzlich zu diesen intertextuellen Referenzen und der Integration anderer Medien auf YouTube und allgemein im Social Web sind neue mediale Formen entstanden, die bewusst auf die Wahrnehmungskonditionen der jeweiligen Rezipient/innen ausgelegt sind, wie zum Beispiel sehr kurze Videoclips oder Tweets, also Kurznachrichten auf Twitter. Wie Grusin zusammenfasst, lasse sich YouTube vom Massenmedium Fernsehen durch das Merkmal der *Divergenz*, durch ein ausdifferenziertes ‚Programm‘, unterscheiden:

*Unlike the network television of the 1950s through the 1970s [...], which aimed at producing a convergence of a mass audience of sufficient scale at a particular place and a particular time, YouTube produces a divergence of audience and message, temporally and territorially, fostering multiple points of view rather than the small number of viewpoints represented by broadcast television.*²⁵¹

Durch den Begriff der Divergenz grenzt sich Grusin von Jenkins' Begriff der Medienkonvergenz ab, den dieser 2006 in Bezug auf ‚neue Medien‘ einführt.²⁵² In der Forschungsliteratur herrscht Uneinigkeit darüber, ob Medienkonvergenz die richtige Charakterisierung für ‚neue Medien‘ ist. Jens Schröter beispielsweise argumentiert, dass die ‚alten Medien‘ nicht im ‚neuen Medium‘ Computer verschmelzen, sondern stattdessen immer neue Formen in das digitale Medium „eingepägt“ werden, diese dabei aber immer noch voneinander abgrenzbar bleiben.²⁵³

Mit Blick auf YouTube ist es nicht zielführend, den Diskurs fortzuführen, ob und wie genau zum Beispiel auf die Plattform hochgeladene Kinofilmausschnitte, Material von DVDs oder Beiträge aus Fernsehsendungen in einzelne Medienkategorien ‚sortiert‘ und *wie* sie benannt werden sollen. Solch ein Ansatz der medialen Spezifität im Sinne einer Unterscheidung der einzelnen Künste je nach spezifischen Eigenschaften, wie ihn Clement Greenberg vertritt,²⁵⁴ basiert auf

Gotthold Ephraim Lessings Schrift *Laokoon oder über die Grenzen der Malerei und Poesie*, die die ästhetischen Möglichkeiten der Malerei von denen der Dichtung abgrenzt.²⁵⁵ Im Medium YouTube ist vielmehr die bewusste Vermischung verschiedener medialer Formen das, was die Videoplattform als Medium ausmacht. Aus diesem Grund empfiehlt Lev Manovich, in Bezug auf ‚neue Medien‘ nur noch von „post-media aesthetics“ zu sprechen, da die Unterscheidung medienspezifischer Ästhetiken je nach Kunstform und Material nicht mehr möglich sei.²⁵⁶

*The emphasis shifts on user's capabilities and user's behavior. Rather than using the concept of medium we may use the concept of software to talk about past media, i.e., to ask about what kind of user's information operations a particular medium allows for.*²⁵⁷

In der Filmforschung wird diese Debatte um die Loslösung des Bildes aus seinem institutionellen Ort des Kinosaals oder des Massenmediums Fernsehen im Sinne von „fluid screens“²⁵⁸ immer wieder kontrovers diskutiert – genauso wie in der aktuellen Film- und Videokunstpraxis, wie das Rahmenthema *Flatness: Kino nach dem Internet* bei den Internationalen Kurzfilmtagen 2013 in Oberhausen zeigt.

*Während Film und Video einem bestimmten Medium entsprachen, braucht die heutige digitale Bilderflut keinen bestimmten Träger mehr. Gleichzeitig weicht die kollektive Seh-Erfahrung mehr und mehr der individualisierten Erfahrung vor dem eigenen Monitor, der ebenso gut ein Smartphone wie ein Flatscreen-Fernseher sein kann.*²⁵⁹

Ähnlich zu dem hier ebenfalls angedeuteten Ansatz der *post-media-aesthetics*, wie ihn Manovich vertritt, schlagen Balme und Peter M. Boenisch in Bezug auf das Theater vor, statt der Suche nach dessen medialer Spezifität den Fokus auf die *Intermedialität* im Theater zu legen, da laut Balme mediale Spezifität nur ein wissenschaftliches Konstrukt sei. Die ästhetischen Mechanismen von künstlerischen Ausdrucksformen würden nämlich eine gegensätzliche Realität widerspiegeln.²⁶⁰ Balme argumentiert mit Goffmans Ansatz der Rahmen-Analyse und

²⁵⁴ Der Kunstkritiker Clement Greenberg betont, dass der „Gegenstandsbereich jeder einzelnen Kunst genau das ist, was ausschließlich in dem Wesen ihres jeweiligen Mediums angelegt ist“. Vgl. Clement Greenberg: „Moder-nistische Malerei (1960)“. In: Ders.: *Die Essenz der Mo-derne. Ausgewählte Essays und Kritiken*. Hrsg. von Karl-heinz von Lüdeking. Aus dem Englischen von Christoph Hollender. Amsterdam u.a.: Verl. der Kunst 1997, S. 267.

²⁵⁵ Vgl. Gotthold Ephraim Lessing: *Laokoon oder über die Grenzen der Malerei und Po-esie. Mit beiläufigen Erläute-rungen verschiedener Punkte der alten Kunstgeschichte* [1766]. Mit einem Nachwort von Ingrid Kreuzer. Stuttgart: Reclam 2010.

²⁵⁶ Lev Manovich: „Post-Media-Aesthetics“. 2002, S. 5f., online unter: <http://www.manovich.net/articles.php>.

²⁵⁷ Manovich: „Post-Media Aesthetics“, S.7. vgl. auch: Lev Manovich: „Media after Software“, 2012, S. 12, online unter: http://softwarestudies.com/cultural_analytics/Manovich.Media_after_soft-ware.2012.pdf.

²⁵⁸ Marchessault; Lord (Hrsg): *Fluid screens, expanded cinema*.

²⁵⁹ Pressemitteilung zum Thema des Festivals 2013 auf der Website der Internationalen Kurzfilmtage Oberhausen, online unter: <http://www.kurzfilmtage.de/metanavigation/presse/pressemitteilungen/aktuell/thema-2013-flatness-kino-nach-dem-internet.html>.

²⁶⁰ Vgl. Christopher Balme: „Robert Lepage und die Zukunft des Theaters im Medien-zeitalter“. In: Martina Leeker (Hrsg.): *Maschinen, Medien, Performances. Theater an der Schnittstelle zu digitalen Welten. Dokumentation und Ergebnisse der Sommerakademie ‚Theater und Neue Medien – Interaktion und*

Wirklichkeit' zur Weiterbildung von Theaterkünstlern in Praxis und Theorie des Umgangs mit digitalen Techniken im Theater, Hellerau 1999. Berlin: Alexander Verlag 2001, S. 668–683, hier S. 670 sowie Peter M. Boenisch: „Aesthetic Art to aesthetic act. Theatre, media, intermedial performance“. In: Freda Chapple; Chiel Kattenbelt (Hrsg.): *Intermediality in Theatre and Performance*. Amsterdam / New York: Rodopi 2006, S. 103–116, hier S. 110 (=Themes in Theatre. Collective Approaches to Theatre and Performance Bd. 2) und Peter M. Boenisch: „coMEDIA electONica: Performing Intermediality in Contemporary Theatre“. In: *Theatre Research International* 28 (2003), H. 1, S. 24–45, hier S. 35.

²⁶¹ Vgl. Christopher Balme: „Pierrot encadré. Zur Kategorie der Rahmung als Bestimmungsfaktor medialer Reflexivität“. In: Leeker (Hrsg.): *Maschinen, Medien, Performances*, S. 480–492, hier S. 481ff und vgl. Goffman: *Rahmen-Analyse*.

²⁶² Vgl. Christopher Balme: „Theater zwischen den Medien. Perspektiven theaterwissenschaftlicher Forschung“. In: Ders.; Markus Moninger (Hrsg.): *Crossing Media. Theater - Film - Fotografie - Neue Medien*. München: epodium 2004, S. 13–31, hier S. 29f. (=Intervisionen – Texte zu Theater und anderen Künsten Bd. 5).

²⁶³ In diesem Zusammenhang muss erwähnt werden, dass nicht jede Darstellung von Medien auf der Bühne automatisch eine intermediale Produktion darstellt, sondern manches nur einen Medienwechsel, was dann als *multi-mediale* Inszenierung zu bezeichnen wäre. Eine intermediale Inszenierung hingegen eröffnet „neue Dimensionen des Erlebens und Erfahrens“, wie Jürgen Müller betont. Vgl. Jürgen Müller: „Intermedia-

fasst das Theater als intermediales Hypermedium auf.²⁶¹ Im Sinne der *remediation*, die nicht nur besagt, dass die ‚neuen Medien‘ als Hypermedien die ‚alten‘ remediatisieren, sondern auch, dass sich die ‚alten Medien‘ mit den ‚neuen‘ auseinandersetzen, thematisiert und reflektiert das Theater die ‚neuen Medien‘ auf der Bühne und stellt sie zur Schau.²⁶² An der in Kapitel 9 analysierten Theaterinszenierung von Gob Squad wird diese doppelte Ausrichtung der *remediation* als gegenseitiges Zitieren der beiden Medien Theater und YouTube besonders gut deutlich.

Den beiden Medien Theater und YouTube ist somit gemein, dass ontologische Trennungen zwischen verschiedenen, im Internet oder im Theater präsenten, Medien nicht zielführend sind. Das heißt, Theater und YouTube *können* beide jeweils ihre medienspezifischen Eigenschaften hervorheben, wie zum Beispiel das transitorische Live-Erlebnis beziehungsweise die Interaktivität und Hypermedialität, sie müssen es aber nicht.²⁶³ Der Unterschied zwischen den beiden rahmenden Medien besteht jedoch darin, dass im Gegensatz zum Hypermedium Theater, das selbst mit intermedialer Ausrichtung immer Theater bleibt, YouTube als Teil des Internets ein Hybridmedium ist, das völlig unterschiedlich ausgeprägt sein kann: Während einerseits ein YouTube-Video, das eine mitgeschnittene Theaterrückführung als Dokumentation zeigt, kein Theater mehr ist,²⁶⁴ wird andererseits eine im leeren Raum stattfindende Inszenierung erst über die Live-Schaltung im Medium YouTube und durch die nur virtuell präsenten Zuschauer/innen zu einem theatralen Ereignis, wie es bei den in Kapitel 8 dargestellten *Tate Live Performances* der Fall ist. Hier fungiert YouTube als ein mediales Display und Dispositiv.

2.3.2 Das Display und das Dispositiv

Über den Begriff des Displays kann YouTube als Medium mit den einzelnen gezeigten Videos auf der YouTube-*Website* verknüpft werden, da über sie als Benutzeroberfläche die mediale Verbreitung der Protestinszenierungen und die Reinszenierung der Kunst- und Theaterperfor-

mances erfolgt. Schröter beschreibt den Begriff des Displays als „die Art und Weise, wie der oder die Empfänger, Zuschauer oder User auf die gespeicherte, übertragene und verarbeitete Information *zugreifen* können“²⁶⁵. Matthias Bauer und Christoph Ernst fügen die zeitliche und räumliche Perspektive des ‚Aus-stellens‘ als performativer Akt hinzu: „dis-play, ein Angebot zur spielerischen Rekonfiguration der Verhältnisse.“²⁶⁶ Das Display als eine grafische Oberfläche muss als Rahmen der YouTube-Videos immer als Teil der Ästhetik der analysierten Inszenierungen berücksichtigt werden. Die „Bedingungen des Zeigens [...] sind nun einmal Teil der Kunst“²⁶⁷. Das Display des Mediums YouTube hat in diesem Sinn fest etablierte Strukturen, die bestimmen, welche Videos wie prominent auf der Seite gezeigt und inwiefern überhaupt von den Nutzer/innen wahrgenommen werden. Die Rezeption der YouTube-Nutzer/innen wird durch unzählige parallel angezeigte Videos, Videoempfehlungen und Bewertungen sowie durch die Zugriffszahlen und die Kommentare beeinflusst. Auch durch die Angabe des Videokanals und des Profils des/der Videoproduzent/in sehen die Rezipient/innen auf YouTube sofort, welche Videos diese/r hochgeladen hat. Auf diese Weise wird die Erwartungshaltung der Rezipient/innen durch das Display YouTube gesteuert.

Insbesondere bei der medialen Präsentation von performativen Künsten auf YouTube ist es entscheidend, das Zusammenspiel von Display und den gezeigten Objekten im Akteursnetzwerk sichtbar zu machen. Ähnlich wie Ernst und Wagner, die die theatrale Performanz der Interaktionen auf YouTube betonen, fordert Barbara Büscher den Akt des Ausstellens und Reinszenierens von Kunst und Performance im Display selbst als Performanz aufzufassen:

*Dokumente oder Spuren [...] von Performances oder allgemeiner: von Aufführungen werden als mediale Transformationen verstanden, deren technisch-apparative und ästhetisch-diskursive Bedingungen reflektiert werden müssen. Ihre Medialität wird nicht mehr als notwendige Voraussetzung vernachlässigt, sondern muss gerade als Bedingung aktueller Lesarten und Kontextualisierungen begriffen werden.*²⁶⁸

lität als poetologisches und medientheoretisches Konzept. Einige Reflexionen zu dessen Geschichte“. In: Jörg Helbig (Hrsg.): *Intermedialität. Theorie und Praxis eines interdisziplinären Forschungsbereichs*. Berlin: Schmid 1998, S. 32–40, hier S. 31f. Vgl. dazu auch Chiel Kattenbelts Unterscheidung von Multi-, Trans- und Intermedialität: Chiel Kattenbelt: „Multi-, Trans- und Intermedialität. Drei unterschiedliche Perspektiven auf die Beziehungen zwischen den Medien“. In: Henri Schoenmakers; Stefan Bläse; Kay Kirchmann u.a. (Hrsg.): *Theater und Medien / Theatre and the Media. Grundlagen – Analysen – Perspektiven. Eine Bestandsaufnahme*. Bielefeld 2008, S. 125–132, hier S. 125ff. Einen ausführlichen Forschungsüberblick über die Intermedialitätsdebatte, die in den Literatur-, Kunst- und Medienwissenschaften seit den 1980er und verstärkt in den 1990er Jahren geführt wird, bietet u.a. Helbig (Hrsg.): *Intermedialität. Speziell auf Intermedialität „im Zeitalter der Digitalisierung“ geht der folgende neuere Sammelband detailliert ein: Andy Blätler; Doris Gassert; Susanna Parikka-Hug u.a. (Hrsg.): Intermediale Inszenierungen im Zeitalter der Digitalisierung. Medientheoretische Analysen und ästhetische Konzepte*. Bielefeld: transcript 2010 (=MedienAnalysen Bd. 7).

²⁶⁴ Vgl. dazu: Knut Hickethier: „Klassiker im Fernsehen. Fernsehtheater oder Theater im Fernsehen?“. In: *TheaterZeitschrift* 11 (1985), S. 102–117 sowie Volker Canaris: „Theater ist im Fernsehen nur unvollkommen zu vermitteln“. In: *Theater heute* 17 (1976), H. 9, S. 24–29.

²⁶⁵ Jens Schröter: „Statt einer Einleitung: Versuch zur Differenz zwischen dem Medialen und dem Display“. In: Ders.; Tristan Thielmann (Hrsg.): *Display I: Analog*. Marburg: Schüren 2006, S. 7–12, hier S. 8. (=Navigationen. Zeitschrift für Medien und Kulturwissenschaften Jg. 6, H. 2).

²⁶⁶ Matthias Bauer; Christoph Ernst: *Diagrammatik. Einführung in ein kultur- und medienwissenschaftliches Forschungsfeld*. Bielefeld: transcript 2008, S. 14.

²⁶⁷ Katharina Ammann: *Video ausstellen. Potenziale der Präsentation*. Bern: Peter Lang 2009, S. 258. Vgl. zur Relevanz des Displays im Museum: Mieke Bal: *Double Exposures. The Subject of Cultural Analysis*. New York/London 1996, S. 3f. Mieke Bal zufolge ist der Fokus auf den Diskurs zwischen Display und Ausstellungsobjekt die Forschungsaufgabe der *Cultural Analysis*.

²⁶⁸ Vgl. Barbara Büscher: „Bewegung als Zugang: Performance – Geschichte(n) – Ausstellen“. In: *MAP - Media | Archive | Performance* 4 (2013): *Archiv / Prozesse* 1, online unter: <http://www.perfo-map.de/map4/ausstellen-und-auffuehren/bewegung-als-zugang-performance-2013-geschichte-n-2013-ausstellen>. Vgl. dazu auch: Barbara Büscher: „Lost & Found. Performance und die Medien ihres Archivs“. In: *MAP - Media | Archive | Performance* 1 (2009): *Beweglicher Zugang*TM - Eine Eröffnung, online unter: <http://www.performap.de/map1/ii.-archiv-praxis/lost-and-found1>.

²⁶⁹ Vgl. Schröter: „Statt einer Einleitung: Versuch zur Differenz zwischen dem Medialen und dem Display“, S. 8.

²⁷⁰ Joachim Paech: „Das Sehen von Filmen und filmisches Sehen“. In: Knut Hickethier (Hrsg.): *Filmgeschichte schreiben. Ansätze, Entwürfe und Methoden*. Berlin: Edition Sigma 1989, S. 68–77, hier S. 70. Vgl. auch Florian Hartling: *Der digitale Autor. Autorschaft im Zeitalter des Internets*. Bielefeld: transcript 2009, S. 164ff.

Bei den (Re-)Inszenierungen im Display YouTube, die in den Kapiteln 7 bis 9 im Fokus stehen, ist es ebenso das ‚Dazwischen‘ zwischen den einzelnen Videos, den Kunst- und Theaterperformances und dem Display YouTube, das es in den entstehenden intermedialen Akteursnetzwerken der Inszenierungen aufzuzeigen gilt.

Um speziell die *Rezeptionssteuerung* des Gezeigten zu fokussieren, die durch das Display als jeweils spezifische Benutzeroberfläche realisiert wird, zieht Schröter den direkten Vergleich zwischen dem Begriff des Displays und Michel Foucaults Konzept des *Dispositivs*.²⁶⁹ Anhand von Joachim Paechs Definition wird die starke Ähnlichkeit der beiden Begriffe Display und Dispositiv deutlich: Paech fasst die Auswirkungen des Dispositivs als „An-Ordnung des Sehens“²⁷⁰ zusammen. Über die YouTube-Website als Display der Inszenierungen wird die Wahrnehmungssteuerung durch YouTube als Dispositiv erfahrbar. Foucault führt das theoretische Konzept des Dispositivs Ende der 1970er Jahre ein,²⁷¹ Jean-Louis Baudry übernimmt es anschließend für die Filmwissenschaft.²⁷² Vertreter in der deutschsprachigen Medienwissenschaft sind unter anderem Paech und Hickethier.²⁷³ Foucault definiert den Begriff des Dispositivs wie folgt:

*Das, was ich mit diesem Begriff zu bestimmen versuche, ist erstens eine entschieden heterogene Gesamtheit, bestehend aus Diskursen, Institutionen, architektonischen Einrichtungen, reglementierenden Entscheidungen, Gesetzen, administrativen Maßnahmen, wissenschaftlichen Aussagen, philosophischen, moralischen und philanthropischen Lehrsätzen, kurz, Gesagtes ebenso wie Ungesagtes, das sind die Elemente des Dispositivs. Das Dispositiv selbst ist das Netz, das man zwischen diesen Elementen herstellen kann.*²⁷⁴

Dieses „Netz“ an unterschiedlichen Rahmenbedingungen, „ein Durcheinander, ein multilineares Ensemble“²⁷⁵, wie Deleuze im Anschluss an Foucault ein Dispositiv charakterisiert, legt den Fokus auf die gesellschaftlichen und sozialen Bedingungsmöglichkeiten der Wahrnehmung und eignet sich als Konzept sehr gut, um die Steue-

rung der Wahrnehmung der Rezipient/innen und die verschiedenen Machtverhältnisse zwischen YouTube als Unternehmen und seinen Nutzer/innen zu veranschaulichen.²⁷⁶

Wie Hartling in Bezug auf den medienwissenschaftlichen Gebrauch des Dispositivs in Anlehnung an Hickethier konstatiert,²⁷⁷ soll dieses nicht als Methode verstanden werden, sondern die „mediale Struktur“ ordnen „und einen Rahmen für Fragestellungen und Untersuchungsansätze entwickeln“²⁷⁸. Mit Hilfe der Methode der ANT, verknüpft mit der empirischen Inhaltsanalyse der Videokommentare, kann die Handlungsinitiative YouTubes als mediales Dispositiv in den jeweiligen Akteursnetzwerken aufgezeigt werden, wie bereits in Kapitel 2.2.3 skizziert worden ist. Anhand der folgenden Beschreibung von Hickethier bezüglich des Dispositivs Fernsehen kann veranschaulicht werden, was konkret mit dem Begriff eines *medialen* Dispositivs gemeint ist:

*Die dispositivbezogene Betrachtung dieser gesellschaftlichen Rahmungen sucht nun gerade nach den Verflechtungen und Vernetzungen auf den verschiedenen materiellen Ebenen, sieht Gesetze und gebaute Architektur, Senderlogos und Programmrichtlinien, administrative Strukturen der Sender und Genrekategorien, Rezeptionssituationen und Technik, Zuschauererwartungen und medienindustrielles Kalkül zusammen.*²⁷⁹

Solche Beziehungen und vielfältigen Wechselwirkungen zwischen unterschiedlichen Ebenen müssen in den verschiedenen Akteursnetzwerken der Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater auf YouTube sichtbar gemacht werden, was durch unterschiedliche analysierte Diskursebenen inner- und außerhalb von YouTube ermöglicht wird, wie das Kapitel 3.3.1 ausführlich erläutern wird. Die Wahrnehmungssteuerung, die YouTube als Dispositiv übernimmt,²⁸⁰ wird zwar bereits im Display sichtbar, der Website, geht aber darüber hinaus: YouTubes Eigenschaften als Dispositiv bilden ein Geflecht aus Rahmenbedingungen, etwa der Websitestructur und dem -design, den Videoschlagworten, den verschiedenen Kommentarfunktionen, den

²⁷¹ Vgl. Michel Foucault: *Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit*. Aus dem Französischen von Jutta Kranz. Herausgegeben von François Ewald. Berlin: Merve 1978.

²⁷² Vgl. Jean-Louis Baudry: „Das Dispositiv. Metapsychologische Betrachtungen des Realitätsindrucks“. In: *Psyche. Zeitschrift für Psychoanalyse und ihre Anwendungen* 48 (1994), H. 11, S. 1047–1074.

²⁷³ Vgl. Joachim Paech: „Überlegungen zum Dispositiv als Theorie medialer Topik“. In: *Medienwissenschaft* (1997), H. 4, S. 400–420 und Knut Hickethier: „Dispositiv Fernseher. Skizze eines Modells“. In: *montage/AV 4* (1995), H. 1, S. 63–84.

²⁷⁴ Michel Foucault: *Dits et Ecrits: Schriften*. Bd. III. Herausgegeben von Daniel Defert und François Ewald. Paris: Gallimard 1994, S. 392f.

²⁷⁵ Gilles Deleuze: „Was ist ein Dispositiv?“. In: François Ewald; Bernhard Waldenfels (Hrsg.): *Spiele der Wahrheit. Michel Foucaults Denken*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1991, S. 153–162, hier S. 153.

²⁷⁶ Giorgio Agamben hebt den Aspekt der Macht des Dispositivs als Steuerung von Diskursen in der Gesellschaft besonders hervor, wie das Kapitel 3.3.4 mit Fokus auf die YouTube-Öffentlichkeit zeigen wird.

²⁷⁷ Vgl. Hartling: *Der digitale Autor*, S. 183.

²⁷⁸ Knut Hickethier: *Einführung in die Medienwissenschaft*. Stuttgart/Weimar: Metzler 2003, S. 186.

²⁷⁹ Hickethier: „Dispositiv Fernseher“, S. 70. Vgl. zum Dispositiv Fernseher auch folgenden neueren Forschungsbeitrag: Markus Stauff: *Das Neue Fernsehen. Machtanalyse, Gouvernement*.

talität und Digitale Medien. Münster u.a.: Lit-Verlag 2005 (=Braunschweiger Schriften zur Medienkultur Bd. 2) und zum Begriff des Mediendispositivs allgemein: Jan Hans: „Das Medien-Dispositiv“. In: *Tiefenschärfe* (2001), H. 2, S. 22–29, hier S. 25.

²⁸⁰ Mit dem Konzept des Dispositivs untersucht Mirko Schäfer die Partizipationskultur der Nutzer/innen im Internet, vgl. Mirko Tobias Schäfer: *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam University Press 2011. Überlegungen zum medialen Dispositiv Internet in den 1990er Jahren werden bereits 2002 beschrieben von: Arndt Neumann: „Das Internet-Dispositiv“. In: *tiefenschärfe* (2002), S. 10–12, online unter: http://www.slm.uni-hamburg.de/imk/tiefenschaefer/tiefenschaefer_Winter2002_03.pdf.

²⁸¹ Vgl. die Informationen zu den einzelnen Projekten ausführlich auf der YouTube-Website und im YouTube-Blog online unter: <https://www.youtube.com/intl/de/yt/about/> und <https://youtube.googleblog.com/>.

²⁸² Vgl. weitere konkrete Beispiele solcher Diskursordnungen auf YouTube im Kapitel 3.3.4, wo sie im Kontext des Begriffs der YouTube-Öffentlichkeit erläutert werden.

²⁸³ Christa Blümlinger: *Kino aus zweiter Hand. Zur Ästhetik materieller Aneignung im Film und in der Medienkunst*. Berlin: Vorwerk 8 2009, S. 25.

²⁸⁴ Charlie Gere: „The history of network art“. In: Tom Corby (Hrsg.): *Network Art. Practices and Positions*. London / New York: Routledge 2006, S. 11–23, hier S. 11.

²⁸⁵ Vgl. Aleida Assmann: „Archive im Wandel der Medienschichten“. In: Knut Ebeling; Stephan Günzel (Hrsg.): *Archivologie: Theorien des Archivs in*

aus US-amerikanischer Perspektive formulierten Nutzungsbedingungen, den Eingriffen wie Video- und Kommentarlöschungen und der unterschiedlichen Verfügbarkeit der YouTube-Website je nach Land. Hinzu kommen die unterschiedlichen Rollen, die YouTube als Institution einnimmt, wie zum Beispiel die als kommerzieller Anbieter für Werbeplätze innerhalb einzelner Videos, als Plattform für den YouTube Music Award, als „YouTube Space“, weltweit verteilte Studios für Videoaufnahmen, oder als „Creator Hub“, also als Anbieter von Software-Programmen für die Nutzer/innen zur Verbesserung der Videoqualität.²⁸¹ Diese unvollständige Auflistung soll nur einen Einblick in verschiedene Mechanismen geben, die das Unternehmen YouTube selbst im eigenen Videonetzwerk präsent werden lassen.²⁸²

Über YouTube's Funktion als Display werden nicht nur dessen Eigenschaften als Dispositiv sichtbar, sondern die Videos und Videokommentare bleiben durch diese Funktion des Ausstellens für andere Nutzer/innen zugänglich und können erneut verwendet werden. Damit tritt YouTube nicht nur als Videonetzwerk, als Hybridmedium, als ein wahrnehmungssteuerndes Dispositiv und Display für Protestinszenierungen, Kunst und intermediale Theaterperformances in Erscheinung, sondern auch als ein performatives Archiv.

2.3.3 Das Archiv der Videobilder

Von „Dispositive[n] des Speicherns und der Neuordnung“²⁸³ spricht die Filmwissenschaftlerin Christa Blümlinger in Bezug auf Praktiken der Aneignung und Wiederverwertung von bereits vorhandenem Material im (Found Footage-)Film und in der zeitgenössischen Medienkunst. Charlie Gere betont die Simultaneität von Display und Archiv in der „network art“: „One of the most interesting characteristics of network art is that its means of circulation are also those of its storage, display, conservation and reproduction.“²⁸⁴ Diese Verschmelzung von Archiv und Display findet auch auf YouTube statt.

Als zentrale Funktionen eines Archivs als kollektivem Wissensspeicher, als „paradigmatische Institution des Speichergedächtnisses“ nennt

Aleida Assmann das Sammeln, Anordnen und Verfügbarmachen.²⁸⁵ Der Fokus auf die bewusste Auswahl von Archivalien durch den Archivar wird bereits in Foucaults Definition eines Archivs deutlich. Diese beschreibt das Archiv nicht als eine rein räumliche Kategorie im Sinne eines Aufbewahrungsortes, sondern eher als ein Ergebnis eines Interpretationsprozesses.²⁸⁶ Auf YouTube wird diese Aufgabe des Selektionsprozesses durch das Videonetzwerk bei Verstößen gegen die Richtlinien²⁸⁷ vorgenommen, und auch dann verlässt sich YouTube auf die Nutzer/innen, die ein Video erst „melden“ müssen. Dieser Selektionsprozess wird sich zumindest in Deutschland durch das im Juni 2017 vom Bundestag beschlossene und stark umstrittene „Netzwerkdurchsetzungsgesetz“ nochmals verändern: Es schiebt die Verantwortung für die Inhalte der Seiten stärker hin zu den Plattformbetreibern, da es Netzwerke wie YouTube und Facebook zwingt, Inhalte, die Straftatbestände in Deutschland sind, innerhalb von 24 Stunden selbst zu entfernen.²⁸⁸ Kritiker/innen dieses Gesetzes sehen die Plattformen in die Rolle als „Richter über unsere Meinungsfreiheit“²⁸⁹ gedrängt.

Die Nutzer/innen können zwar ihren Videos Schlagworte zuordnen und es existieren grobe Videokategorien²⁹⁰, aber meist stößt man auf etwas anderes als das Gesuchte und wird umgehend von einem Video zum anderen navigiert. Diese Interaktion der Nutzer/innen zeichnet laut Wagner die besondere Archivpraxis im Social Web aus, gerade weil die Inhalte „nicht in statuarischen Ordnungssystemen tot gestellt“²⁹¹ würden. Eine Strukturierung der Inhalte durch YouTube findet durch die spezielle Art der Aufmerksamkeitserzeugung bei dem/der Nutzer/in statt.²⁹² Die Plattform bewirbt diejenigen Videos, die von Nutzer/innen am häufigsten gesehen wurden oder die meisten Likes bekommen haben. Letztere werden den Rezipient/innen unter dem Schlagwort „Beliebteste Videos“ vorgeschlagen. Außerdem werden den Nutzer/innen nach dem Login Videos und Kanäle vorgeschlagen, die zu seinem/ihrer Profil passen.²⁹³

Durch die Interaktionen der Nutzer/innen entsteht auf YouTube und über das Archiv YouTube hinaus eine globale Verbreitung digitaler

Philosophie, Medien und Künsten. Berlin: Kadmos 2009, S. 165–177, hier S. 171.

²⁸⁶ Vgl. Michel Foucault: *Archäologie des Wissens* [Archéologie du savoir, 1969]. Aus dem Französischen von Ulrich Köppen. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1973, S. 187f.

²⁸⁷ Entfernt werden zum Beispiel rechtsextreme oder pornografische Inhalte, vgl. die „Community Guidelines“ auf der YouTube-Website: „Wir unterstützen die Redefreiheit und räumen dieses Recht jedem ein, auch bei unpopulären Standpunkten. Wir gestatten jedoch keine Hassreden, die eine Gruppe aufgrund von Rasse oder ethnischer Herkunft, Religion, Behinderung, Geschlecht, Alter, Veteranenstatus oder sexueller Orientierung/Geschlechtsidentität angreifen oder erniedrigen“, online unter: http://www.youtube.com/t/community_guidelines?hl=de&gl=DE.

²⁸⁸ Vgl. Markus Reuter: „Bundestag beschließt Netzwerkdurchsetzungsgesetz“. In: *netzpolitik.org* (30.06.2017), online unter: <https://netzpolitik.org/2017/bundestag-beschliesst-netzwerkdurchsetzungsgesetz/>. Vgl. hierzu auch Kapitel 3.3.4.

²⁸⁹ Markus Beckedahl; Stefan Heinlein: „Facebook als Richter unserer Meinungsfreiheit“. In: *Deutschlandfunk.de* (12.08.2017), online unter: http://www.deutschlandfunk.de/netzwerkdurchsetzungsgesetz-facebook-als-richter-unserer.694.de.html?dram:article_id=393328.

²⁹⁰ Die Kategorien wechselten im Laufe der letzten Jahre immer wieder, im Juli 2017 waren die folgenden auf der YouTube-Seite einsehbar: „Das Beste auf YouTube“, „Aufstrebender YouTuber“, „Musik“, „Comedy“, „Film & Unterhaltung“, „Gaming“, „Beauty & Fashion“, „Sport“, „Technologie“, „Kochen &

Gesundheit“, „Nachrichten & Politik“, siehe online unter: <http://www.youtube.com/channels>.

²⁹¹ Wagner: „Populärkultur und Archiv“ (online).

²⁹² Vgl. Weber: „Broadcast (Stock-)Footage“, S. 48.

²⁹³ Vgl. die Angabe „Kanäle für Dich“ auf der Startseite von YouTube online unter: <http://www.youtube.com>.

²⁹⁴ Wenn im Folgenden von Bildern gesprochen wird, schließt der Begriff das Videobild als Bewegtbild mit ein.

²⁹⁵ Manuel Castells: „Space of Flows - Raum der Ströme. Eine Theorie des Raumes in der Informationsgesellschaft“. In: Peter Noller; Walter Prigge; Klaus Ronneberger (Hrsg.): *Stadt – Welt. Über die Globalisierung städtischer Milieus*. Frankfurt am Main / New York: Campus 1994, S. 121–134.

²⁹⁶ Arjun Appadurai: *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minnesota: University of Minnesota Press 1996, S. 33.

²⁹⁷ Irit Rogoff: „Studying Visual Culture“. In: Nicolas Mirzoeff (Hrsg.): *The Visual Culture Reader*. London; New York: Routledge 1998, S. 14–26, hier S. 16. W. J. T. Mitchell prägt diese Bildtheorie zum „Leben der Bilder“. Vgl.: W. J. T. Mitchell: *What do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press 2005.

²⁹⁸ Vgl. zu verschiedenen Formen von Bildzirkulation, die die Nutzer/innen innerhalb von YouTube generieren, ausführlich: Marek: *Understanding YouTube*.

²⁹⁹ Der Begriff des Mashups bezeichnet bereits vorhandenes, in den eigenen Film übernommenes, zusammengeschnittenes Videomaterial. Vgl. dazu ausführlich: Dirk von Gehlen: *Mashup. Lob der Kopie*. Berlin: Suhrkamp 2012.

ler Bilderwelten,²⁹⁴ die mit dem Begriff des Flusses passend beschrieben werden kann. Der Ansatz des Flusses, also Räume wie YouTube als „space of flows“²⁹⁵ zu bezeichnen, basiert auf dem Konzept des „global cultural flows“, das Arjun Appadurai in den 1990er Jahren im Zuge der Globalisierung prägt.²⁹⁶ Irit Rogoff, eine Vertreterin der Visual Culture Studies, betont, dass die heutige digitale Bildproduktion die bereits seit langem existierende Realität der Bildrezeption nun materiell widerspiegelt: „Images do not stay within disciplinary fields such as ‚documentary film‘ or ‚Renaissance Painting‘, since neither the eye nor the psyche operates along or recognises such divisions.“²⁹⁷ Die Praktiken auf YouTube stellen somit Bildzirkulationen zwischen verschiedenen Künsten und Medien dar.²⁹⁸ Hier wird die Produktion von neuen Videos durch Reinszenierungen bereits vorhandener medialer Inhalte ermöglicht, wodurch diese in Remixes und Mashups²⁹⁹ rearrangiert und neu kontextualisiert werden. Dabei ist es nicht unbedingt die künstlerische Praxis kreativer Weiterverwendungen von bereits vorhandenem Material, was die Prozesse auf der Videoplattform charakterisiert, denn dies wird auch in der Video- und Medienkunst praktiziert. Vielmehr ist es die virale Distribution durch ‚Amateure‘, die *user-generated content* hochladen, weiterverwenden und kommentieren.

Mit dem Begriff des Bilderflusses soll in diesem Kontext deutlich gemacht werden, dass hier keine ‚Letztverwertung‘ von Bildern festgemacht werden kann, was der Struktur und den Dynamiken des Videonetzwerks entgegenstehen würde, wie Lovink betont:

*The parasitic strategy which promotes ‚free‘ and ‚open‘ helps us to navigate the plentitude of images. [...] It no longer matters if content is old or new, as long as we exchange our micro-impressions.*³⁰⁰

Dennoch formuliert YouTube klare Regeln zum Urheberrecht und zur Wiederverwertung von Videos im Sinne der „Creative-Commons-Lizenz“³⁰¹. Diese Rechtsfragen stehen allerdings nicht im Blickfeld der vorliegenden Studie. Der zirkulierende, intermediale Bilderfluss auf

YouTube wird in den Beispielen in den Kapiteln 4 bis 9 als *Inszenierungsmodus* der Videoplattform aufgefasst, bei dem die verteilte Autorschaft der verschiedenen Akteur/innen, der Kontext der Videoinhalte sowie die Wege der Bildzirkulation in den Blick genommen werden. Diese Bilderflüsse binden immer wieder neue Akteur/innen in die Protestinszenierungen und künstlerischen (Re-)Inszenierungen ein und initiieren weitreichende Diskurse auf und außerhalb von YouTube.

³⁰⁰ Lovink: „Engage in Destiny Design“, S. 10.

³⁰¹ Die YouTube-Website bietet Informationen zur „Creative-Commons-Lizenz“, unter der die Wiederverwendung von Videos erlaubt ist, und zum „Fair Use“ von Inhalten, vgl. online unter: <http://www.youtube.com/yt/copyright/de/>.

2.4 Zwischenfazit I: YouTube als Akteur – Inszenierungen als Netzwerke

„Technologie tritt *als* Theater auf, der Auftritt *im* Internet entpuppt sich als Auftritt *des* Internets.“³⁰² Diese Zusammenfassung von Ulf Otto hinsichtlich der Theatralität digitaler Medien fasst die vorangegangenen Überlegungen treffend zusammen: Die Interaktionen der Nutzer/innen auf YouTube werden als mediale (Re-)Inszenierung von Protest, Kunst und Theater aufgefasst. Als theatrale Performanz ergänzt sie die Theaterinszenierung, die künstlerische Inszenierung im Theater oder im Museum sowie die Selbstinszenierung als Performanz des Einzelnen in Protestinszenierungen. Die YouTube-Nutzer/innen werden zu Akteur/innen der Inszenierungen. Der Begriff der Autorschaft erfährt im Social Web einen grundlegenden Wandel, da er nur noch als verteilte Autorschaft begriffen werden kann, bei der die Rollen zwischen Produzent/innen und Rezipient/innen ständig wechseln. Strikte Abgrenzungen zwischen vermeintlich ‚aktiven‘ Autor/innen beziehungsweise Schauspieler/innen und vermeintlich ‚passiven‘ Leser/innen beziehungsweise Zuschauer/innen werden zwar auch in Literatur, Kunst und Theater abgelehnt. Im Videonetzwerk YouTube ist die verteilte Autorschaft aber nicht nur dadurch gekennzeichnet, dass die Nutzer/innen in ein situatives Kunstwerk als Publikum aktiv eingebunden sind, sondern sie treten als eigenständige Produzent/innen von Inhalten auf: Von Nutzer/innen generierte Mashups und Remixes als mediale Reinszenierungen von Kunst und Theater lassen

³⁰² Otto: *Internetauftritte*, S. 107.

diese zu offenen Netzwerken werden. Protestinszenierungen auf YouTube wandeln sich zu Protestnetzwerken.

Mit Hilfe von Latours Methode der ANT kann die Rolle YouTube als Akteur der Inszenierungen herausgearbeitet werden. Die Inszenierungen sind demnach nicht nur in das technologische und soziale Netzwerk YouTube eingebettet, sondern sie sind selbst intermediale Netzwerke mit einer distribuierten Ästhetik. Dieser Begriff soll explizit den *Verflechtungen* verschiedener Prozesse innerhalb und außerhalb des Internets Rechnung tragen: Proteste, Kunst und Theaterperformances auf und mit YouTube finden nicht nur im Internet statt, sondern auch im Museum oder Theater beziehungsweise auf der Straße und werden in der Presse thematisiert, was ebenfalls als Bestandteil der Akteursnetzwerke erfasst wird. Wie die Kapitel 4 bis 9 zeigen werden, nimmt YouTube als Akteur dieser Inszenierungen jeweils unterschiedliche Rollen ein. Die Plattform tritt mal verstärkt als Hybridmedium, als wahrnehmungssteuerndes Display und strukturierendes Dispositiv in Erscheinung, während in anderen Fällen eher die Funktion als interaktives Archiv im Zentrum steht. Insbesondere in den analysierten Protestinszenierungen nimmt die Archivfunktion eine bedeutende Rolle für die YouTube-Nutzer/innen als Protestakteur/innen ein. Die Nutzer/innen setzen über die eigene Distribution von Videobildern permanent Prozesse in Gang, die immer wieder neue Akteur/innen in das Netzwerk involvieren und Diskurse anstoßen. Als Inszenierungsmodus auf YouTube führt der Bilderfluss damit zu einer „Emergenz digitaler Öffentlichkeiten“³⁰³ und macht die Videoplattform zu einem Akteur der Öffentlichkeit inner- und außerhalb des Internets.

³⁰³ Stefan Münker: *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die sozialen Medien im Web 2.0*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2009 (=Edition Unseld 26).

3. YouTube als Akteur der Öffentlichkeit

In diesem Kapitel wird der Begriff der Öffentlichkeit für die Analyse von jenen Inszenierungen nutzbar gemacht, an denen YouTube als Akteur mitwirkt. So können die um YouTube-Videos herum entstehenden Öffentlichkeiten als Kommunikationsräume erfasst werden. Dafür werden zunächst die Entstehung des Begriffs und ausgewählte Theoriekonzepte der Öffentlichkeitsforschung vorgestellt, die für die sehr unterschiedlichen Bereiche Protest, Kunst und Theater relevant sind, bevor anschließend die Öffentlichkeit im Internet näher beleuchtet wird. Unter den zahlreichen Teilöffentlichkeiten, die sich auf YouTube beobachten lassen, wird der Einfluss der Plattform insbesondere auf politische Öffentlichkeiten und Proteste sowie auf Kunst- und Theateröffentlichkeiten dargestellt.

3.1 Öffentlichkeit als Theoriekonzept und Analysekategorie

3.1.1 Jürgen Habermas' Begriff der Öffentlichkeit als Kommunikationsraum

In seinem Werk *Faktizität und Geltung* von 1992 verknüpft Jürgen Habermas den Begriff des Netzwerks, der in Kapitel 2 bereits ausführlich diskutiert wurde, mit dem Begriff der Öffentlichkeit, welche für ihn ein „Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen“³⁰⁴ ist. Dementsprechend konstatiert Jörg Requate in Bezug auf die Öffentlichkeitsforschung, dass es „die öffentlichen Kommunikationsstrukturen sind, die zum zentralen Untersuchungsgegenstand werden“³⁰⁵ und auch Lucian Hölscher begreift den Begriff der Öffentlichkeit als „eine Beschreibungskategorie für bestimmte soziale und politische Strukturen, die sich ebenso für die Vergangenheit wie für die Gegenwart in je spezifischer Weise nachzeichnen lassen“³⁰⁶. An diesen bewusst allgemein gehaltenen Formulierungen wird deutlich, dass der Begriff der Öffentlichkeit jeweils individuell adaptiert werden muss und zunächst eine Operationalisierung und genaue Beleuchtung der unterschiedlichen Facetten des Begriffs erfolgen müssen, um ihn für den jeweils eigenen Kontext als analytische Kategorie nutzbar zu machen. Die politik- und kommunikationswissenschaftlichen sowie soziologischen und philosophischen Theorien und Ansätze lassen sich grob in folgende drei Bedeutungsstränge einordnen, die für das Thema dieser Studie relevant sind und im Laufe der nächsten Kapitel erläutert werden: ‚öffentlich‘ als Gegensatz zu ‚privat‘, Öffentlichkeit als Kommunikationsraum für Diskurse und ein explizit empirischer Fokus auf die Öffentlichkeitsakteur/innen.

Die Ursprünge des Begriffs der Öffentlichkeit lassen sich bis ins 18. Jahrhundert zurückverfolgen. Johannes Keienburg weist auf die Rückkopplung zwischen Öffentlichkeit und Immanuel Kants Begriff der Vernunft hin: „Öffentliche Vernunft wird so zur vernünftigen Öffentlichkeit.“³⁰⁷ Kant selbst nennt den Begriff der Öffentlichkeit nicht ausdrücklich, sondern unterscheidet den öffentlichen Gebrauch

³⁰⁴ Jürgen Habermas: *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1992, S. 436.

³⁰⁵ Jörg Requate: „Öffentlichkeit und Medien als Gegenstände historischer Analyse“. In: *Geschichte und Gesellschaft* 25 (1999), S. 5–32, hier S. 9.

³⁰⁶ Lucian Hölscher: *Öffentlichkeit und Geheimnis. Eine begriffsgeschichtliche Untersuchung zur Entstehung der Öffentlichkeit in der frühen Neuzeit*. Stuttgart: Klett-Cotta 1979, S. 8.

³⁰⁷ Johannes Keienburg: *Immanuel Kant und die Öffentlichkeit der Vernunft*. Berlin / New York: Walter de Gruyter 2011, S. 31. (=Kantstudien 164).

³⁰⁸ Immanuel Kant: „Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?“. In: *Berlinische Monatsschrift* (1784), H. 12, S. 481–494, hier S. 484f.

der Vernunft von seinem „*Privatgebrauch*“³⁰⁸. Bereits vor Kant verwenden Platon und Aristoteles in der Antike das Adjektiv ‚öffentlich‘ als Gegenstück zu ‚häuslich‘ im Sinne von ‚staatlich‘³⁰⁹. Seit dem 16. Jahrhundert hat der Begriff in Deutschland mehrere Bedeutungswandel erfahren: Während ‚öffentlich‘ im 16. Jahrhundert als Gegensatz von ‚geheim‘ genutzt wird, ist der Begriff im 17. Jahrhundert wieder gleichbedeutend mit ‚staatlich‘.³¹⁰ Im 18. Jahrhundert wird der Begriff der Öffentlichkeit im Zuge der Aufklärung nicht mehr mit dem Staat assoziiert, sondern als ein kommunikativer Zwischenraum *zwischen* Staat und bürgerlicher Gesellschaft betrachtet. Zu dieser Zeit etabliert sich auch der Begriff des Publikums.³¹¹

Mit der deutschen Erstveröffentlichung seiner Habilitationsschrift *Strukturwandel der Öffentlichkeit*³¹² im Jahr 1962 prägt Habermas dieses bis heute geltende Verständnis von Öffentlichkeit als Kommunikationsraum entscheidend: Laut Habermas ziele der Begriff der Öffentlichkeit „weder auf die *Funktionen* noch auf die *Inhalte* der alltäglichen Kommunikation, sondern auf den im kommunikativen Handeln erzeugten *sozialen Raum*“³¹³ ab. Mit seinem Beitrag *Strukturwandel der Öffentlichkeit* entfacht er die Frage nach der Funktion und Beschaffenheit der zeitgenössischen Öffentlichkeit in der Forschungsdiskussion neu. In einem historischen Abriss skizziert er die bürgerliche Öffentlichkeit des 18. Jahrhunderts als „Sphäre der zum Publikum versammelten Privatleute“³¹⁴ und stellt sie der repräsentativen feudalen Öffentlichkeit gegenüber. Dabei geht er von einer „Polarisierung von Sozial- und Intimsphäre“³¹⁵ aus. Zwischen Staat und Hof auf der einen Seite und der bürgerlichen Gesellschaft und Kleinfamilie auf der anderen Seite befinden sich laut Habermas als Zwischenraum die „politische Öffentlichkeit“ und die „literarische Öffentlichkeit (Clubs, Presse)“ sowie die „Stadt“ mit dem „Kulturgütermarkt“.³¹⁶ Dieses Modell der bürgerlichen Öffentlichkeit nimmt Habermas als historische Folie, um seine These zu untermauern, dass der Konsum die rationalen Diskurse in der Gesellschaft abgelöst habe und die zeitgenössische Öffentlichkeit nur noch zu einem Handlanger

³⁰⁹ Aristoteles: *Politik. Buch I. Über die Hausverwaltung und die Herrschaft des Herrn über Sklaven*. Übersetzt und erläutert von Eckart Schütrumpf. Berlin: Akademie-Verlag 1991, S. 23 (1256 b 28) (=Werke in deutscher Übersetzung. Begründet von Ernst Grumach. Herausgegeben von Hellmut Flashar Bd. 9.1) und vgl. Platon: *Der Staat (Politeia)*. Bearbeitet von Dietrich Kurz. Griechischer Text von Émile Chambry. Deutsche Übersetzung von Friedrich Schleiermacher. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1971, S. 517 (500d) (=Werke in Acht Bänden. Griechisch und Deutsch. Herausgegeben von Gunther Eigler Bd. 4).

³¹⁰ Vgl. Jürgen Schiewe: *Öffentlichkeit. Entstehung und Wandel in Deutschland*. Paderborn u.a.: UTB 2004, S. 29ff.

³¹¹ Vgl. Hölscher: *Öffentlichkeit und Geheimnis*, S. 118ff. sowie Peter Uwe Hohendahl: *Öffentlichkeit. Geschichte eines kritischen Begriffs*. Stuttgart: Metzler 2000, S. 12ff.

³¹² Jürgen Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1990 [1962].

³¹³ Habermas: *Faktizität und Geltung*, S. 436.

³¹⁴ Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, S. 86.

³¹⁵ Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, S. 238. Auch Hannah Arendt verortet Öffentlichkeit in Abgrenzung von „dem Ort, den wir unser Privateigentum nennen“. Hannah Arendt: *Vita activa oder vom täglichen Leben* [1967]. München: Piper, 9. Auflage, 1997, S. 62

³¹⁶ Vgl. Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, S. 89.

³¹⁷ Vgl. Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, S. 267ff. und S. 275ff.

³¹⁸ Vgl. Max Horkheimer; Theodor W. Adorno: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente* (1944). Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag 1981, S. 141–191, hier S. 153 (Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug) (=Gesammelten Schriften von Theodor W. Adorno. Herausgegeben von Rolf Tiedemann Bd. 3).

³¹⁹ Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, S. 299. Den „Verfall“ der Öffentlichkeit beschreibt auch Richard Sennett, meint damit aber, dass die Privatsphäre im Gegensatz zur Öffentlichkeit der einzige Ort sei, wo die Menschen noch authentisch handeln würden, ohne eine bestimmte Rolle zu spielen. Vgl. Richard Sennett: *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität* [The Fall of Public Man, 1977]. Aus dem Englischen von Reinhard Kaiser. Frankfurt am Main: Fischer 1983, S. 16 und vgl. auch S. 29f. und S. 110ff.

³²⁰ Vgl. dazu vor allem den Sammelband Craig Calhoun (Hrsg.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge Massachusetts: The MIT Press 1992. Die internationale Rezeption des Werks folgt in den 1990er Jahren, da *Strukturwandel der Öffentlichkeit* erst 1989 ins Englische übersetzt wird.

³²¹ Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, S.156.

³²² Vgl. u.a. Nicholas Garnham: „The Media and the Public Sphere“. In: Calhoun (Hrsg.): *Habermas and the Public Sphere*. S. 359–376, hier S. 359f.

³²³ Oskar Negt; Alexander Kluge: *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2. Auflage, 1973.

der manipulativen Massenmedien und der Werbung geworden sei.³¹⁷ Diese medienpessimistische Einstellung basiert auf der Kritik Adornos und Horkheimers an der „Kulturindustrie“, welche „Aufklärung als Massenbetrug“ betreibt und so die Konsument/innen manipuliert sowie eine Ohnmacht der Öffentlichkeit erreiche.³¹⁸ Laut Habermas findet somit ein Verfall der Öffentlichkeit selbst statt: „Öffentlichkeit wird zu einem Hof, vor dessen Publikum sich Prestige entfalten lässt – statt in ihm Kritik.“³¹⁹

Habermas' Ausführungen zur Öffentlichkeit werden international vielfach kritisiert.³²⁰ Die Kritik bezieht sich vor allem auf das Prinzip des universalen Zugangs. Grundvoraussetzung für eine bürgerliche Öffentlichkeit sei ihre Offenheit, wie Habermas betont:

*Die bürgerliche Öffentlichkeit steht und fällt mit dem Prinzip des allgemeinen Zugangs. Eine Öffentlichkeit, von der angebbare Gruppen eo ipso ausgeschlossen wären, ist nicht nur etwa unvollständig, sie ist vielmehr gar keine Öffentlichkeit.*³²¹

Laut den Kritiker/innen idealisiere Habermas die bürgerliche Öffentlichkeit, obwohl es dieses rein theoretische Konstrukt in der Realität so nie gegeben habe.³²² Um einer Exklusion bestimmter Gesellschaftsgruppen entgegenzuwirken, werden im Anschluss an Habermas' *Strukturwandel der Öffentlichkeit* verschiedene theoretische Ansätze von *Gegenöffentlichkeiten* entwickelt, als Alternativentwurf zu einer einzigen homogenen Öffentlichkeit.

3.1.2 Gegenöffentlichkeiten

Seit den internationalen Protestbewegungen in den 1960er Jahren in Europa und den USA kommt dem Begriff der Gegenöffentlichkeit als Gegenentwurf zur herrschenden Öffentlichkeit eine besondere Bedeutung zu. Oskar Negt und Alexander Kluge prägen 1972 in ihrem Werk *Öffentlichkeit und Erfahrung* den Begriff der Gegenöffentlichkeit im Sinn von „proletarischer Öffentlichkeit“³²³. Sie betonen, es würden verschiedene Öffentlichkeiten existieren, die Personen und

Gruppen repräsentieren, die sich von Habermas' Konzept der bürgerlichen Öffentlichkeit nicht angesprochen fühlten.³²⁴ Ähnlich setzt Nancy Fraser Anfang der 1990er Jahre im Zuge der englischsprachigen Rezeption von Habermas' *Strukturwandel der Öffentlichkeit* dessen Öffentlichkeitsbegriff den Begriff der Gegenöffentlichkeiten als „subaltern counterpublics“³²⁵ entgegen: Habermas' Modell von Öffentlichkeit sei laut Fraser auf gegenwärtige Demokratien nicht anwendbar, da die von Habermas geforderte „scharfe Trennung“ zwischen der Zivilgesellschaft und dem Staat für eine „funktionierende demokratische Öffentlichkeit“ nicht notwendig sei.³²⁶ Anhand feministischer historischer Studien über den Zugang von Frauen zum öffentlichen Leben zeigt Fraser auf, dass die von Habermas skizzierte bürgerliche Öffentlichkeit, von der Frauen ausgeschlossen waren, nicht die einzige Öffentlichkeit darstelle,³²⁷ sondern es verschiedene „konkurrierende“ Teilöffentlichkeiten gibt, die als „subordinated social groups“ eigene „alternative publics“³²⁸ konstituieren:

*On the contrary, virtually contemporaneous with the bourgeois public sphere there arose a host of competing counterpublics, including nationalist publics, popular peasant publics, elite women's publics, and working class publics. Thus, there were competing publics from the start, not just from the late nineteenth and twentieth centuries, as Habermas implies. [...] Virtually from the beginning, counterpublics contested the exclusionary norms of the bourgeois public, elaborating alternative styles of political behavior and alternative forms of public speech.*³²⁹

In ihrer Argumentation kritisiert sie, dass nach Habermas die Mitglieder der bürgerlichen Öffentlichkeit nur „so tun sollen“, als wären sie gleich, und somit soziale Gleichheit „keine notwendige Bedingung“³³⁰ für die Gleichheit der Öffentlichkeitsakteur/innen sei. Außerdem würden verschiedene konkurrierende Öffentlichkeiten die Gleichheit der Teilnehmer/innen in höherem Maße vorantreiben als eine einzige übergreifende Öffentlichkeit.³³¹ Auf diese Kritik an einem homogenen

³²⁴ Vgl. Negt; Kluge: *Öffentlichkeit und Erfahrung*, S. 10f.

³²⁵ Nancy Fraser: „Rethinking the Public Sphere. A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy“. In: *Social Text* 25/26 (1990), S. 56–80, S. 67. Erneut abgedruckt in: Calhoun (Hrsg.): *Habermas and the Public Sphere*.

³²⁶ Vgl. Fraser: „Rethinking the Public Sphere“, S. 57ff.

³²⁷ Neben Fraser kritisiert auch Seyla Benhabib Habermas' Konzept einer homogenen bürgerlichen Öffentlichkeit aus der Perspektive der feministischen Theorie. Vgl. dazu Seyla Benhabib: „Models of Public Space. Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas“. In: Calhoun (Hrsg.): *Habermas and the Public Sphere*, S. 73–98.

³²⁸ Fraser: „Rethinking the Public Sphere“, S. 67.

³²⁹ Fraser: „Rethinking the Public Sphere“, S. 61.

³³⁰ Fraser: „Rethinking the Public Sphere“, S. 62.

³³¹ Vgl. Fraser: „Rethinking the Public Sphere“, S. 62f.

Öffentlichkeitsbegriff reagiert Habermas selbst und revidiert die These, dass es nur eine einzige bürgerliche Öffentlichkeit gebe:

*It is wrong to speak of one single public [...]. [...] A different picture emerges if from the very beginning one admits the coexistence of competing public spheres and takes account of the dynamics of those processes of communication that are excluded from the dominant public sphere.*³³²

³³² Jürgen Habermas: „Further Reflections on the Public Sphere“. In: Calhoun (Hrsg.): *Habermas and the Public Sphere*, S. 421–461, hier S. 424f. Vgl. zu Habermas' Reaktion auf die Kritik außerdem auch das Vorwort zur 1990 bei Suhrkamp erschienenen Ausgabe von *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, aus der auch in der vorliegenden Studie zitiert wird.

³³³ Michael Warner: *Publics and Counterpublics*. New York: Zone Books 2002, S. 56f.

³³⁴ Fraser: „Rethinking the Public Sphere“, S.67.

³³⁵ Vgl. Michael Warner: „Publics and Counterpublics“. In: *Public Culture* 14 (2002), H. 1, S. 49–90, hier S. 57. Als Einleitungskapitel ebenfalls abgedruckt in: Warner: *Publics and Counterpublics*. Vgl. zu Warners Kritik an Fraser auch: Frank Farmer: *After the Public Turn. Composition, Counterpublics, and the Citizen Bricoleur*. Boulder, Colorado: Utah State University Press 2013, S. 17f.

³³⁶ Vgl. Warner: „Publics and Counterpublics“, S. 85.

³³⁷ Warner: „Publics and Counterpublics“, S. 87f.

Diese Kommunikationsprozesse abseits der „dominant public sphere“ fokussiert auch Michael Warners Begriff der Gegenöffentlichkeit, den er in seinem 2002 erschienenen Band *Publics and Counterpublics* skizziert. „A counterpublic, against the background of the public sphere, enables a horizon of opinion and exchange; its exchanges remain distinct from authority and can have a critical relation to power.“³³³ Warner geht dabei über Frasers Ansatz der „*subaltern* counterpublics“³³⁴ hinaus, indem er kritisiert, dass der Begriff des *subaltern* nicht allen Facetten des Begriffs *counterpublics* gerecht werde, da nicht automatisch alle Gegenöffentlichkeiten durch das Adjektiv ‚untergeordnet‘ zu kennzeichnen seien.³³⁵ Bei Fraser komme zudem die dynamische Ausrichtung des Begriffs, seine Transformationskraft, nicht ausreichend zur Geltung. Ihre Begriffskonzeption sei nur ein Pendant, ein statisches Gegenstück zu Habermas' Öffentlichkeitsbegriff,³³⁶ für Warner ist jedoch gerade dieser Aspekt bei Gegenöffentlichkeiten zentral: „Counterpublics are spaces of circulation in which it is hoped that the poesis of scene making will be transformative, not replicative merely.“³³⁷ Dieser von Warner betonte *transformative* Charakter von Öffentlichkeit ist auch für den Kontext der vorliegenden Studie entscheidend. Durch das Aufkommen von Öffentlichkeiten im Internet werden sehr heterogene Formen von Gegenöffentlichkeiten generiert, die andere Öffentlichkeiten beeinflussen. Gerade bei Protestinszenierungen können Gegenöffentlichkeit und Öffentlichkeit im Internet nicht mehr so eindeutig voneinander abgegrenzt werden, wie es im Zeitalter von Gegenöffentlichkeit als Pendant zur massenmedialen Öffentlichkeit noch der Fall war, wie das Kapitel 3.2 zeigen wird.

Die Politikwissenschaftlerin Chantal Mouffe und der Politikwissenschaftler Ernesto Laclau, die ähnlich wie Fraser von der poststrukturalistischen Denktradition Foucaults geprägt sind, kritisieren 1985 in ihrer Theorie der „radikalen Demokratie“³³⁸ vor allem die Prämisse des rationalen Diskurses in Habermas' Öffentlichkeitsbegriff: In seinem Hauptwerk *Theorie des kommunikativen Handelns* von 1981 stellt Habermas seine auf Konsens gerichtete Diskurstheorie vor, in der Personen durch Diskussionen und mit Hilfe von kommunikativer Kompetenz rationale Entscheidungen in einem „herrschaftsfreien Diskurs“³³⁹ treffen sollen. Dieser komme dann zustande, wenn die vier „Geltungsansprüche“ angewandt werden: „Verständlichkeit, Wahrheit, Wahrhaftigkeit und Richtigkeit“³⁴⁰. Das Ziel dieser Diskurse sei laut Habermas die „Herbeiführung eines Einverständnisses“ anhand der „intersubjektiven Gemeinsamkeit des wechselseitigen Verstehens, des geteilten Wissens, des gegenseitigen Vertrauens und des miteinander Übereinstimmens“³⁴¹. Laut Mouffes und Laclaus Konzept müsse hingegen nicht nur Konsens, sondern explizit auch Dissens innerhalb des Diskurses akzeptiert werden, um eine Vielfalt der Meinungen und damit mehrere (Gegen-)Öffentlichkeiten gewährleisten zu können: „Only if it is accepted that the subject positions cannot be led back to a positive and unitary founding principle only then can pluralism be considered radical.“³⁴² In ihren Schriften in den 1990er und 2000er Jahren entwickelt Mouffe ihren Ansatz des „agonistic pluralism“³⁴³ weiter und stellt ihn Habermas' Konzept einer deliberativen, auf Konsens gerichteten Demokratie entgegen. Laut Mouffe sollen Affekt und Emotionen nicht zu Gunsten von rationalem Handeln aus der politischen Debatte verbannt werden, sondern „agonistic confrontation“ sei sogar die *Voraussetzung* für Demokratie.³⁴⁴

Neben den hier vorgestellten Ansätzen, die Habermas' Diskursbegriff und den Ansatz einer homogenen Öffentlichkeit als Diskursraum kritisieren, lassen sich in der Politikwissenschaft, Soziologie und Kommunikationswissenschaft weitere Ansätze innerhalb der Öffentlichkeitsforschung unterscheiden. Diese arbeiten mit dem Begriff

³³⁸ Vgl. dazu Ernesto Laclau; Chantal Mouffe: *Hegemony & socialist strategy. Towards a radical democratic politics*. London: Verso 1985.

³³⁹ Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, S. 27. Vgl. ausführlich zu Habermas' Diskurstheorie: Jürgen Habermas: *Theorie des kommunikativen Handelns*. 2Bd. Bd. 1: *Handlungsrationallität und gesellschaftliche Rationalisierung*. Bd. 2: *Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1981.

³⁴⁰ Jürgen Habermas: *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1984, S. 355.

³⁴¹ Habermas: *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*, S. 355.

³⁴² Laclau; Mouffe: *Hegemony & socialist strategy*, S. 167.

³⁴³ Chantal Mouffe: „Deliberative Democracy or Agonistic Pluralism?“. In: *Dialogue International Edition* (1998), H. 7/8, S. 9–21, hier S. 9. Vgl. eine Zusammenfassung von Mouffes Theorie, die sie u.a. in ihren Werken *The Return of the Political* von 1993 und *The Democratic Paradox* von 2000 entwickelt, in: Chantal Mouffe: *Agonistics. Thinking the World Politically*. London / New York: Verso 2013.

³⁴⁴ Vgl. Mouffe: „Deliberative Democracy or Agonistic Pluralism?“, S. 19.

der Öffentlichkeit als theoretisches, aber im Gegensatz zu Habermas nicht-normatives Konzept oder fassen Öffentlichkeit als normative aber dafür empirisch analysierbare Größe auf.

3.1.3 Politische Öffentlichkeit im Spannungsfeld zwischen Systemtheorie und empirischen akteurszentrierten Ansätzen

Politische Öffentlichkeit versteht Habermas als Kommunikations-sphäre, die „zur demokratischen Legitimation des staatlichen Handelns ihren Beitrag“³⁴⁵ leistet und „politische Kommunikation erzeugt, in Bewegung hält, steuert – und filtert“³⁴⁶. Vor allem an dieser letztgenannten *Filterfunktion* von Öffentlichkeit wird der normative Charakter von Habermas' Verständnis einer politischen Öffentlichkeit deutlich, der in systemtheoretischen Ansätzen abgelehnt wird: Niklas Luhmann setzt Habermas sein nicht-normatives Modell von Öffentlichkeit entgegen, das innerhalb seiner in den 1970er und 1980er Jahren entwickelten Systemtheorie entsteht: Luhmann untersucht die Gesellschaft als soziales System, welches wiederum aus unterschiedlichen Teilsystemen besteht.³⁴⁷ Soziale Systeme sind in sich geschlossen, autopoietisch und bestehen rein aus Kommunikation, die das System aufrechterhält.³⁴⁸ Luhmann geht es dabei nicht um die reine Identifizierung von Systemen, sondern um die „analytische Nutzung der Unterscheidung von System/Umwelt“³⁴⁹. Über die Differenzierung zwischen sozialen Systemen und ihrer Umwelt³⁵⁰ können somit Aussagen über diese Systeme getroffen werden. Hierbei ist entscheidend, dass es keine übergreifende Umwelt gibt, sondern Umwelt und System wiederum zu anderen Systemen gehören.³⁵¹ Den Begriff der Öffentlichkeit als Gesellschaftssystem definiert Luhmann als „ein allgemeines gesellschaftliches Reflexionsmedium, das die Unüberschreitbarkeit von Grenzen und, dadurch inspiriert, das Beobachten von Beobachtungen registriert“³⁵². Die Funktion der *Repräsentation* beschreibt Luhmann am Beispiel der „Funktion der Massenmedien“ wie folgt: „Die Funktion der Massenmedien wäre demnach nicht in der Produktion, sondern in der Repräsentation von Öffentlichkeit zu sehen [sic!].“³⁵³ Der „Spiegel

³⁴⁵ Jürgen Habermas: *Ach, Europa*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2008, S. 136 (=Kleine politische Schriften Bd. 11).

³⁴⁶ Habermas: *Ach, Europa*, S. 164.

³⁴⁷ Vgl. Niklas Luhmann: *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997, S. 78 und vgl. ausführlich Niklas Luhmann: *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1984 (=suhrkamp taschenbuch wissenschaft 666).

³⁴⁸ Vgl. Niklas Luhmann: *Ökologische Kommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1986, S. 269.

³⁴⁹ Jasmin Siri: „System/Umwelt“. In: Oliver Jahraus; Armin Nassehi (Hrsg.): *Luhmann-Handbuch*. Stuttgart: J.B. Metzler 2012, S. 123–125, hier S. 123.

³⁵⁰ Vgl. Niklas Luhmann: *Soziale Systeme*, S. 35.

³⁵¹ Vgl. Niklas Luhmann: *Soziale Systeme*, S. 22.

³⁵² Niklas Luhmann: *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 2. erw. Auflage, 1996, S. 187.

³⁵³ Luhmann: *Die Realität der Massenmedien*, S. 188.

der öffentlichen Meinung“ dient in diesem Sinn der Selbstreflexion von Politik über Politik, als selbstreferenzieller Akt.³⁵⁴ Luhmanns Negation des Subjektbegriffs und jeglicher menschlicher Handlungsorientierung steht damit in starker Opposition zu Habermas' Öffentlichkeitsbegriff, der vom kommunikativen *Handeln* geprägt ist.

Mit ihren *akteurszentrierten* Öffentlichkeitskonzepten kritisieren die Politikwissenschaftler Jürgen Gerhards, Friedhelm Neidhart und Bernhard Peters Luhmanns nicht-normative, rein repräsentative Funktion des Öffentlichkeitsbegriffs als Gesellschaftssystem. Sie entwickeln Habermas' normatives Modell weiter und fügen ihm die fehlende empirische Begriffsdimension hinzu, welche sie auch bei Luhmanns rein selbstreferenziellem „Spiegelmodell“ von Öffentlichkeit³⁵⁵ vermissen. Solche Theorieansätze der normativ ausgerichteten Öffentlichkeitsforschung, die die Handlungsorientierung der Öffentlichkeitsakteur/innen empirisch fokussieren, werden innerhalb der Demokratieforschung häufig angewandt. Peters stellt Habermas' „Deliberationsmodell“ der Öffentlichkeit und Luhmanns nicht-normativem Modell sein Konzept einer „diskursiven Öffentlichkeit“ entgegen.³⁵⁶ Dabei unterscheidet er zunächst zwischen der Begriffsdimension von Öffentlichkeit als „Kollektiv“ an Sprecher/innen und Zuhörer/innen und Öffentlichkeit als „soziale Handlungssphäre“³⁵⁷, was im Englischen durch die Begriffe ‚the public‘ (das Kollektiv) einerseits und ‚the public sphere‘ als Kommunikationssphäre andererseits ausgedrückt wird. In Peters' Modell einer diskursiven Öffentlichkeit sollen die Beschränkungen, die die reale Öffentlichkeit aufweist,³⁵⁸ anerkannt, aber nicht nur widerspiegelt werden. Ein normativer Öffentlichkeitsbegriff soll als „sinnvolle Heuristik für die empirische Untersuchung öffentlicher Kommunikationszusammenhänge“³⁵⁹ dienen. Öffentlichkeit sei demnach „im normativen Sinn als *variables* Element der Realität heutiger Gesellschaften“³⁶⁰ zu verstehen – als Größe, an der die öffentlichen Diskurse gemessen werden können.

Solch eine empirische handlungsorientierte Perspektive des Öffentlichkeitsbegriffs bietet auch Gerhards und Neidhards Modell der

³⁵⁴ Vgl. Niklas Luhmann: *Soziologische Aufklärung 5. Konstruktivistische Perspektiven*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 2. Auflage, 1993, S. 181f. Manuel Wendelin zeigt auf, dass diese Spiegelfunktion von Öffentlichkeit bereits in den Schriften von Karl Marx und Friedrich Engels skizziert wird. Vgl. Wendelin: *Medialisierung der Öffentlichkeit*, S. 115.

³⁵⁵ Bernhard Peters: *Der Sinn von Öffentlichkeit*. Herausgegeben von Hartmut Weißler. Mit einem Vorwort von Jürgen Habermas. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2007, S. 190.

³⁵⁶ Peters hält beide Modelle für „nicht sehr plausibel“, vgl. Peters: *Der Sinn von Öffentlichkeit*, S. 190: „Dem ‚Deliberationsmodell‘ von Öffentlichkeit lässt sich die Forderung nach möglichst breiter, egalitärer Partizipation zuschreiben, während das ‚liberale‘ oder ‚Spiegelmodell‘ von Öffentlichkeit irgendeine Art von repräsentativer Widerspiegelung von Publikumsmeinungen verlangt. Es wird sich zeigen, dass beide Modelle nicht sehr plausibel sind.“ Vgl. dazu auch S. 101f. und S. 202ff.

³⁵⁷ Peters: *Der Sinn von Öffentlichkeit*, S. 58f.

³⁵⁸ Peters nennt eine Reihe von Beschränkungen der realen öffentlichen Sphäre, welche dadurch die Grundmerkmale von Habermas' normativem Öffentlichkeitsmodell nur eingeschränkt erfüllt. Vgl. Peters: *Der Sinn von Öffentlichkeit*, S. 68–96.

³⁵⁹ Peters: *Der Sinn von Öffentlichkeit*, S. 101.

³⁶⁰ Peters: *Der Sinn von Öffentlichkeit*, S. 67.

Öffentlichkeit, das bei ihnen ebenfalls „heuristischen Funktionen“³⁶¹ verpflichtet ist. Die beiden Politikwissenschaftler kritisieren in ihrem 1990 veröffentlichten Arenamodell³⁶² analog zu Peters Luhmanns systemtheoretischen rein repräsentativen Ansatz, übernehmen aber den Begriff des Öffentlichkeitssystems:

*Öffentlichkeit bildet ein intermediäres System, dessen politische Funktion in der Aufnahme (Input) und Verarbeitung (Throughput) bestimmter Themen und Meinungen sowie in der Vermittlung der aus dieser Verarbeitung entstehenden öffentlichen Meinungen (Output) einerseits an die Bürger, andererseits an das politische System besteht.*³⁶³

Gerhards und Neidhardt unterscheiden zudem zwischen mehreren Ebenen von Öffentlichkeit: „Encounters“, also persönliche Gespräche an öffentlichen Orten, „Öffentliche Veranstaltungen“ und „Massenmedienkommunikation“³⁶⁴. Entscheidend ist bei der Öffentlichkeitsforschung mit diesem Modell, dass bei der Analyse dieser einzelnen Ebenen nicht jede isoliert für sich zu betrachten ist, sondern auch *ihre empirischen Relationen untereinander* beleuchtet werden müssen.³⁶⁵ Dieser Fokus auf einer empirischen Analyse unterschiedlicher Ebenen von Öffentlichkeit ist bei der Betrachtung der YouTube-Öffentlichkeit unerlässlich, da in ihr Diskurse auf verschiedenen Ebenen verhandelt werden, die über die Ebenen der Videos und Kommentare hinausgehen, wie die Kapitel 3.2 und 3.3. zeigen werden.

Die folgende, von Neidhardt im Zusammenhang mit seinen Ausführungen zu ‚Neuen Sozialen Bewegungen‘ 1994 veröffentlichte Definition von Öffentlichkeit hebt die Bedeutung der Öffentlichkeitsakteur/innen stärker hervor, als das beschriebene Mehrebenenmodell:

Öffentlichkeit erscheint als ein offenes Kommunikationsforum für alle, die etwas sagen oder das, was andere sagen, hören wollen. In den Arenen dieses Forums befinden sich die Öffentlichkeitsakteure, die zu bestimmten Themen Meinungen von sich geben oder weitertragen: Sprecher und Kommunikateure. Auf den Galerien

³⁶¹ Vgl. Neidhardt: „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“, S. 38.

³⁶² Vgl. Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt: *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit*. Discussion Paper FS III 90-101. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) 1990, S. 15ff., online unter: <http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/mitarbeiter/lehrstuhlinhaber/dateien/GerhardsNeidhardt-1990.pdf>.

³⁶³ Gerhards; Neidhardt: *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit*, S. 6.

³⁶⁴ Vgl. Gerhards; Neidhardt: *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit*, S. 19–26.

³⁶⁵ Vgl. Gerhards; Neidhardt: *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit*, S. 26.

*versammelt sich eine mehr oder weniger große Zahl von Beobachtern, das Publikum.*³⁶⁶

Neidhardt macht mit diesem Ansatz von Öffentlichkeit als Kommunikationsforum den Begriff als theoretischen Bezugsrahmen für empirische Analysen in der Kommunikationswissenschaft jenseits eines normativ geprägten Begriffs von politischer Öffentlichkeit nutzbar. Juliana Raupp formuliert zu diesem Forschungsinteresse wie folgt: „Die Funktion von Öffentlichkeit ist indes keine politische, sondern eine publizistische, nämlich Kommunikation zu ermöglichen.“³⁶⁷ Wenn die Öffentlichkeit auf YouTube und im Internet sowohl in Bezug auf Proteste als auch im Rahmen der Kunst- und Theateröffentlichkeit empirisch analysiert werden soll, ist die Entkopplung des Begriffs der Öffentlichkeit als themenoffenes Kommunikationsforum von der rein politischen Funktion ebenfalls notwendig, um die Perspektive auf die geführten Diskurse im Internet nicht unnötig zu verengen. Diejenige Öffentlichkeit, an der YouTube als Akteur teilnimmt, hat sehr viele verschiedene Gesichter, wie das Kapitel 3.3 mit Videobeispielen veranschaulichen wird. Zunächst soll jedoch das folgende Kapitel 3.2 als Überleitung die vorgestellten theoretischen und empirischen Ansätze in den Diskurs um die Potenziale der Internet-Öffentlichkeit als zusätzliches Forum medialer Öffentlichkeit einbinden.

3.2 „Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0“:³⁶⁸

Netzwerköffentlichkeiten durch das Internet

Zwischen den technischen Veränderungen des Internets und der Öffentlichkeit inner- und außerhalb des virtuellen Raums lassen sich weitreichende Wechselwirkungen untersuchen. In der Forschungsliteratur wird die Internet-Öffentlichkeit³⁶⁹ bereits seit Mitte der 1990er Jahre anhand der in Kapitel 3.1 dargestellten Modelle sowohl theoretisch als auch empirisch analysiert und kritisch bewertet. Dies soll in einem folgenden kurzen Rückblick als Basis für die Veränderungen skizziert werden, die sich durch partizipative Plattformen wie YouTube

³⁶⁶ Neidhardt: „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“, S. 7.

³⁶⁷ Juliana Raupp: „Zwischen Akteur und System. Akteure, Rollen und Strukturen von Öffentlichkeit“. In: Peter Szyszka (Hrsg.): *Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1999, S. 113–130, hier S. 130.

³⁶⁸ Gerhard Schulze: „Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0 – Kunst und Publikum im digitalen Zeitalter“. Vortrag gehalten auf der Konferenz *netz.macht.kultur – Kulturpolitik in der digitalen Gesellschaft*. 6. Kulturpolitischer Bildungskongress, 9.–10. Juni 2011 in Berlin, Vortragsmanuskript online unter: [http://www.netz-macht-kultur.de/47.html?&no_cache=1&tx_ttnews\[tt_news\]=378&cHash=6710db7e3be5793374aed-213235cee1d](http://www.netz-macht-kultur.de/47.html?&no_cache=1&tx_ttnews[tt_news]=378&cHash=6710db7e3be5793374aed-213235cee1d).

³⁶⁹ Im Folgenden werden die Begriffe Internet-Öffentlichkeit und Online-Öffentlichkeit synonym verwendet, wenn der Fokus auf das Medium Internet gelegt werden soll.

³⁷⁰ Zu den Beiträgen zur politischen Öffentlichkeit in den 1990er Jahren vgl. u.a.: Claus Leggewie; Christa Maar (Hrsg.): *Internet & Politik. Von der Zuschauer- zur Beteiligungsdemokratie?*. Köln: Bollmann 1998; Otfried Jarren: „Internet – neue Chancen für die politische Kommunikation?“. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 40 (1998), S. 13–21; Otfried Jarren: „Politische Öffentlichkeit und politische Kommunikation durch Internet?“. In: *Medienwissenschaft Schweiz* 20(1997), S. 28–37; Stefan Marschall: „Alte und neue Öffentlichkeiten. Strukturmerkmale politischer Öffentlichkeit im Internet“. In: Klaus Kamps (Hrsg.): *Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1999, S. 109–126.

³⁷¹ Vgl. u.a. Matthew D. Barton: „The future of rational-critical debate in online public spheres“. In: *Computers and Composition* 22 (2005), S. 177–190; Nick Crossley: *After Habermas. New perspectives on the public sphere*. Oxford u.a.: Blackwell 2006; Craig Calhoun: „Information technology and the international public sphere“. In: Douglas Schuler and Peter Day (Hrsg.): *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. Cambridge: The MIT Press 2004, S. 229–251; Terje Rasmussen: „The significance of internet communication in public deliberation“. In: *Javnost – The Public*. 16 (2009), H. 1, S. 17–32; Lincoln Dahlberg: „The internet and democratic discourse. Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere“. In: *Information, Communication and Society* 4 (2001), H. 4, S. 615–633; Anthony G. Wilhelm: „Virtual sounding boards. How deliberative is online political discussion?“. In: Barry N. Hague; Brian D. Loader (Hrsg.): *Digital Democracy. Discourse and Decision*

als Teil der Netzwerköffentlichkeiten seit Mitte der 2000er Jahre ergeben, in denen die Rollen und tatsächlichen Möglichkeiten der Öffentlichkeitsakteur/innen neu verhandelt werden.

3.2.1 Politische Öffentlichkeit im Internet der 1990er Jahre: Euphorie und Kritik

In den 1990er Jahren wird das damals neue Kommunikationsmedium Internet auf sein Potenzial zur Förderung der politischen Partizipation der Bürger/innen durchleuchtet.³⁷⁰ Insbesondere Habermas' normatives Modell von Öffentlichkeit wird immer wieder als Messlatte für die Potenziale der Internet-Öffentlichkeit herangezogen und diskutiert.³⁷¹

Die Forschungsliteratur lässt sich diesbezüglich in Pessimist/innen und Optimist/innen sowie neutrale Positionen untergliedern. Es können die folgenden zwei Argumentationsstränge beobachtet werden, die jeweils durch empirisch fundierte Studien untermauert werden: Seit den Anfangsjahren der Internetnutzung in den 1990er Jahren sehen zahlreiche optimistische Ansätze im Internet ein neues Forum, das die Partizipation der Bürger/innen an politischen Debatten erleichtere: Aufgrund der direkten, gleichzeitigen, interaktiven und dezentralisierten Kommunikation und dem leichten Zugang – falls die infrastrukturellen und technologischen Rahmenbedingungen vorhanden sind – wird das Internet als neue Möglichkeit gesehen, deliberative Demokratie und demokratische Entscheidungsprozesse und Strukturen zu fördern.³⁷² Die Internet-kritischen Arbeiten konstatieren, dass das Internet die bisherigen Barrieren zur Teilhabe an Prozessen in der Öffentlichkeit nicht abbau und den rationalen Diskurs nicht automatisch ermögliche.³⁷³ Yochai Benkler fasst 2006 die kritischen Argumente dieser Internetskeptiker/innen in fünf Aspekten zusammen:³⁷⁴ Erstens herrsche ein Überschuss an Informationen, der daran festgemacht wird, dass beim Kampf um Aufmerksamkeit im Internet diejenigen gewinnen werden, die die finanziellen Ressourcen dafür aufbringen können.³⁷⁵ Die entstehende Fragmentierung der Aufmerksamkeit und der Diskurse führe des Weiteren zur Polarisierung

einzelner Gruppen mit verschiedenen Meinungen.³⁷⁶ Dieses Argument vertritt vor allem Cass Sunstein³⁷⁷ und fügt hinzu, dass eine Aggregation mehrerer Meinungen nicht automatisch zu einer besseren, korrekten Lösung führe, sondern „informationale Einflüsse und sozialer Druck die Menschen dazu [bringen], nicht zu sagen, was sie wissen“³⁷⁸. Damit argumentiert Sunstein wie Elisabeth Noelle-Neumann in ihrer für die deutsche kommunikationswissenschaftliche Forschung sehr einflussreichen Theorie der Schweigespirale von 1982. Sie macht deutlich, dass die als öffentliche Meinung zusammengefassten Ansichten kein Abbild der tatsächlichen Vielfalt der Meinungen repräsentieren. Jede/r äußere laut Noelle-Neumann nur diejenige Ansicht, die als gesellschaftlich akzeptiert gelte, um sich nicht zu „isolieren“.³⁷⁹ Diese Schweigespirale führt zur Konzentration auf einige wenige Meinungsführer/innen im Internet. Dies ist ein weiteres Argument, das die Internetskeptiker/innen vertreten und welches Benkler als zweiten Argumentationsstrang dieser Kritiker/innen anführt: Aufgrund der Konzentration der Meinungen könne das Internet kaum von den Massenmedien unterschieden werden und eine oft postulierte distribuierte Aufmerksamkeit entspreche nicht der Realität.³⁸⁰ Habermas selbst schließt sich 2008 ebenfalls der Kritik an der Fragmentierung von Aufmerksamkeit im Internet an: Er gesteht zwar dessen „subversive Wirkung auf autoritäre Öffentlichkeitsregime“ ein, kritisiert aber, dass die Netzstruktur des Internets „die Errungenschaften traditioneller Öffentlichkeiten“ schwäche, da diese bewusst „die Aufmerksamkeit eines anonymen und zerstreuten Publikums für ausgewählte Mitteilungen“³⁸¹ bündeln solle.

In diesem Sinn könne das Internet die wichtige Funktion der Massenmedien als Korrektiv und vierte Gewalt im Staat nicht ersetzen, wie Benkler eines der drei weiteren Argumente der Internetkritiker/innen zusammenfasst. Außerdem können Staatsmächte das Internet missbrauchen und durch Zensur die Freiheit der Bürger/innen einschränken. Als letzten Punkt, den die Internetkritiker/innen bemängeln, nennt Benkler die digitale Spaltung, die Pippa Norris 2001

Making in the Information Age. London: Routledge 1999, S. 154–178.

³⁷² Vgl. u.a. Peter Dahlgren: „The Internet, Public spheres and Political communication. Dispersion and Deliberation“. In: *Political Communication* 22 (2005), H. 2, S. 147–162 und Hans Geser: *Auf dem Weg zur Neuerfindung der politischen Öffentlichkeit. Das Internet als Plattform der Medienentwicklung und des sozio-politischen Wandels.* 1998, online unter: http://socio.ch/intcom/t_hgeser06.htm.

³⁷³ Eine ausführliche inhaltliche Gegenüberstellung der positiven und negativen Sichtweisen bezüglich des demokratischen Potenzials des Internets bietet: Flooh Perlot: *Deliberative Demokratie und Internetforen – Nur eine virtuelle Diskussion?* Baden-Baden: Nomos 2008, S. 81ff. (=Nomos Universitätsschriften 157). Vgl. zu diesem Thema auch: Jan-Felix Schrape: *Neue Demokratie im Netz? Eine Kritik an den Visionen der Informationsgesellschaft.* Bielefeld: transcript 2010.

³⁷⁴ Vgl. im Folgenden Benkler: *The Wealth of Networks*, S. 233ff.

³⁷⁵ Vgl. Lincoln Dahlberg: „The corporate colonization of online attention and the marginalization of critical communication?“. In: *Journal of Communication Inquiry* 29 (2005), H. 2, S. 160–180, hier S. 163.

³⁷⁶ James Slevin kritisiert die Diskussionsforen im Internet als eine „cacophony of dissident voices“, die eine produktive Diskussion eher erschwere als erleichtere und Vorurteile und Willkür in den Vordergrund treten lasse. Vgl. James Slevin: *Internet and society.* Cambridge: Polity 2000, S. 182 und S. 196.

³⁷⁷ Vgl. Cass Sunstein: *Infotopia. Wie viele Köpfe Wissen produzieren* [How Many Minds Produce Knowledge, 2006]. Übersetzt aus dem Englischen von Robin Celikates und Eva Engels. Frankfurt am Main 2009, S. 116ff.

³⁷⁸ Sunstein: *Infotopia*, S. 262.

³⁷⁹ Vgl. Elisabeth Noelle-Neumann: *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*. Frankfurt am Main/Wien: Ullstein 1982, S. 255.

³⁸⁰ Dahlberg formuliert zum Beispiel: „discourse tends to be quantitatively and qualitatively dominated by certain individuals and groups“. Lincoln Dahlberg: „Computer-Mediated Communication and the Public Sphere: A Critical Analysis“. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 7.1 (2001), S. 1–15, hier S. 10.

³⁸¹ Vgl. Habermas: *Ach, Europa*, S. 81f.

³⁸² Vgl. Pippa Norris: *Digital Divide: Civic engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press 2001.

³⁸³ Vgl. dazu ausführlich: Phillip J. Tichenor; George A. Donohue; Clarice N. Olien: „Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge“. In: *Public Opinion Quarterly* 34 (1970), S. 159–170, hier S. 159f.

³⁸⁴ Siehe einen Forschungsüberblick zur digitalen Spaltung bei: José van Dijk: „Digital divide research, achievements and shortcomings“. In: *Poetics* 34 (2006), S. 221–235. Zur digitalen Spaltung innerhalb von YouTube vgl. das Kapitel 3.3.4.

³⁸⁵ Vgl. Benkler: *The Wealth of Networks*, S. 272.

³⁸⁶ Vgl. Benkler: *The Wealth of Networks*, S. 465.

formuliert.³⁸² Dieser Ansatz basiert auf der These der Wissenskluft von 1970, die als Kritik an der Informationsgewinnung über Massenmedien besagt,³⁸³ dass die digitale Spaltung die Internetnutzer/innen von denjenigen trenne, die über keine technologischen oder finanziellen Ressourcen für die Internetnutzung verfügen würden.³⁸⁴ Damit hebe die digitale Spaltung den Mehrwert des erweiterten Nutzerkreises, den das Internet schaffe, wieder auf.

Benkler selbst entgegnet diesen kritischen Argumenten zum Potenzial der Internet-Öffentlichkeit, dass sie nicht verglichen werden dürfe mit einer nie existierenden, idealen Öffentlichkeit im Habermas'schen Sinn, sondern nur mit der Öffentlichkeit der Massenmedien.³⁸⁵ Deren hohe Zugangsbarrieren und starre Machtstrukturen können durchaus durch das Internet als demokratieförderndes Medium ausgeglichen werden.³⁸⁶ Ähnlich positioniert sich Zizi Papacharissi in ihrem vielzitierten Aufsatz von 2002 in Bezug auf die kontrovers diskutierte Frage, ob das Internet tatsächlich eine Öffentlichkeit im normativen Sinn nach Habermas darstelle: „How do we recreate something online, when it never really existed offline?“³⁸⁷ Sie kommt zu dem Schluss, dass das Internet als Kommunikationsraum verschiedene Teilöffentlichkeiten beherbergen kann: „Nevertheless, the most plausible manner of perceiving the virtual sphere consists of several culturally fragmented cyberspheres that occupy a common virtual public space.“³⁸⁸ Solch eine Fragmentierung der Internet-Öffentlichkeit bezeichnet auch Lincoln Dahlberg als Mehrwert und nicht als Nachteil eines „zerstreuten Publikums“³⁸⁹, wie es Habermas formuliert. In Anlehnung an Mouffes Hegemonie- und Diskurstheorie, sieht Dahlberg das Potenzial des Internets gerade darin, dass heterogene Diskurse und die Gegenüberstellung verschiedener Meinungen gefördert werden und nur so die Pluralität an Meinungen unterschiedlicher Gruppen ermöglicht werde. Dahlberg fordert in diesem Sinn, den Fokus „from consensus to contestation“³⁹⁰ zu verschieben.

Die hier skizzierten Positionen, die das Internet als politischen Kommunikationsraum verteidigen, identifizieren darin Teilöffentlichkeiten

ähnlich wie Fraser, Warner und Mouffe, die die Perspektiven von Gegenöffentlichkeiten als Gegenentwurf zu einer homogenen Öffentlichkeit vertreten, wie im Kapiteln 3.1.2 dargestellt wurde. Auch laut Peters sei die öffentliche Sphäre in der Realität nicht ein abgeschlossenes Ganzes, sondern bestehe aus einer „Vielzahl von ‚publics‘ – von Kommunikationszusammenhängen“³⁹¹. Mit diesem Ansatz kann die Frage, ob die Öffentlichkeit im Internet dem normativen Modell von Habermas entspreche, in eine produktive Fragestellung umgedreht werden, und zwar wie sie in ihrer Diversität erfasst und charakterisiert werden kann. Während Dahlberg und Mark Poster Ende der 1990er Jahre noch konstatieren, dass in Bezug auf die Erforschung digitaler politischer Öffentlichkeiten Habermas’ Diskursbegriff nicht zielführend sei, da der rationale und herrschaftsfreie Diskurs „in den Arenen elektronischer Politik systematisch konterkariert“³⁹² werde, plädieren neuere Forschungsansätze für einen integrativen Ansatz, um heterogenen Öffentlichkeiten wie derjenigen im Internet gerecht zu werden:³⁹³ John S. Brady warnt beispielsweise davor, in die Falle einer „stubborn persistence of the contestation-consensus divide“³⁹⁴ zu tappen: Habermas’ Diskurstheorie solle nicht als Gegenpol zu Mouffes affektorientiertem Konzept von politischem, heterogenen Diskurs begriffen werden. Gerade die Verbindung der beiden Ansätze biete ein fruchtbares Verständnis von Öffentlichkeit in unterschiedlichen Forschungsdisziplinen.³⁹⁵

Um die Öffentlichkeit zu erfassen, die sich durch das Social Web im Gegensatz zum Internet der 1990er Jahre verändert, kann ebenfalls nicht allein mit Habermas’ oder Mouffes Diskursbegriff argumentiert werden, sondern es müssen *verschiedene Diskursebenen* und -formen berücksichtigt werden, wie die folgenden Kapitel darlegen. Grundsätzlich soll diese Öffentlichkeit im Social Web nicht als ‚Cyberspace‘ aufgefasst werden, als abgrenzbarer virtueller Raum, in dem Diskurse geführt werden, wie die Öffentlichkeit im Internet Anfang der 1990er Jahre noch charakterisiert wird, sondern als offener Kommunikationsraum, der *innerhalb und außerhalb des Internets* verläuft. Mit diesem

³⁸⁷ Zizi Papacharissi: „The virtual sphere. The internet as a public sphere“. In: *New Media & Society* 4 (2002), H. 1, S. 9–27, hier S. 20.

³⁸⁸ Papacharissi: „The virtual sphere“, S. 22. Analog zu Papacharissi fassen auch die folgenden Beiträge die Internet-Öffentlichkeit als „Netzwerk vieler Teilöffentlichkeiten“ und sehen darin den entscheidenden Vorteil, vgl. John Downey; Natalie Fenton: „New Media, Counter Publicity and the Public Sphere“. In: *New Media & Society* 5 (2003), H. 2, S. 185–202, hier S. 195f. sowie James Bohman: „Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy“. In: Crossley: *After Habermas*, S. 140.

³⁸⁹ Habermas: *Ach, Europa*, S. 82.

³⁹⁰ Vgl. Dahlberg: „Rethinking the fragmentation of the cyberpublic“, S. 836. Ähnlich betont Anja Gimmier bereits im Jahr 2000, dass die Fragmentierung von Öffentlichkeiten im Internet nicht als Nachteil, sondern als Vorteil, als „gewollte Vielfalt“ in Hinblick auf Prozesse der Deliberation gewertet werden kann. Vgl. Antje Gimmier: „Deliberative Demokratie, Öffentlichkeit und das Internet“. In: Mike Sandbothe; Winfried Marotzki (Hrsg.): *Subjektivität und Öffentlichkeit. Kulturwissenschaftliche Grundlagenprobleme virtueller Welten*. Köln: Halem 2000, S. 191–208, hier S. 197.

³⁹¹ Peters: *Der Sinn von Öffentlichkeit*, S. 76. Vgl. solch eine Charakterisierung auch bei Gerhards und Neidhardt: Öffentlichkeit setze sich zusammen aus einer „Vielzahl von kleinen und großen Foren, die nur zum Teil miteinander verkoppelt sind“. Gerhards; Neidhardt: *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit*, S. 19.

Ansatz können die Dynamiken *zwischen* verschiedenen politischen Öffentlichkeiten, Kunst- und Theateröffentlichkeiten und der YouTube-Öffentlichkeit als Teil der Internet-Öffentlichkeit detailliert in den Blick genommen werden.

3.2.2 YouTube und seine Nutzer/innen als Öffentlichkeitsakteur/innen

Seit der Etablierung von sozialen Netzwerken wird die Debatte um die Internet-Öffentlichkeit ergänzt um die kritische Analyse ihrer veränderten Produktions- und Rezeptionsstrukturen.³⁹⁶ Im Social Web werden die Rollen der Öffentlichkeitsakteur/innen neu verortet, wodurch sich diese Öffentlichkeit von derjenigen in den 1990er Jahren unterscheidet. Grundlegend ist zudem, dass die mediale Öffentlichkeit als Kommunikationsraum im Social Web nicht mehr nur durch Text und Bild geprägt ist wie das Internet der 1990er Jahre, wo die technischen Voraussetzungen insbesondere für Videos noch nicht im dem Ausmaß vorlagen, wie es nun der Fall ist. Damit bedarf auch der Begriff der politischen Öffentlichkeit im Internet einer Revision, da zum Beispiel neue Formen von Protest und Online-Aktivismus entstehen, sodass einige der skizzierten Argumente der Internetkritiker/innen nicht mehr haltbar sind, was insbesondere an den Videobeispielen in Kapitel 3.3 deutlich wird.

In der Öffentlichkeit im Social Web wechseln die verschiedenen Akteur/innen permanent ihre Rollen, sodass eine Unterscheidung zwischen der Galerie des Publikums und der Arena der Akteur/innen, worauf Neidhardts Modell der Öffentlichkeit als Kommunikationsforum basiert, nicht mehr eindeutig und langfristig getroffen werden kann. Neidhardt stuft den „Organisationsgrad“ des Publikums in den 1990er Jahren als „schwach“ in Bezug auf seine Handlungsfähigkeit ein.³⁹⁷ Allein soziale Bewegungen seien eine „Ausnahme“, ansonsten erfülle das Publikum „nicht die Organisationsbedingungen eines kollektiven Akteurs“³⁹⁸. Heute trifft dieser Ansatz auf die Akteur/innen einer politischen Öffentlichkeit nicht mehr zu, denn es sind nicht

³⁹² Mark Poster: „Elektronische Identitäten und Demokratie“. In: Stefan Münker; Alexander Rösler (Hrsg.): *Mythos Internet*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997, S. 147–170, hier S. 168f. (=edition suhrkamp 2010) und vgl. Lincoln Dahlberg: „Computer-Mediated Communication and the Public Sphere: A Critical Analysis“. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 7.1 (2001), S. 1–15, hier S. 10.

³⁹³ Vgl. Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 9f.

³⁹⁴ John S. Brady: „No Contest? Assessing the Agonistic Critiques of Jürgen Habermas's Theory of the Public Sphere“. In: *Philosophy & Social Criticism* 30 (2004), H. 3, S. 331–354, hier S. 334.

³⁹⁵ Vgl. zu diesem integrativen Ansatz u.a.: Kari Karppinen; Hallvard Moe; Jakob Svensson: „Habermas, Mouffe and Political Communication. A Case for Theoretical Eclecticism“. In: *Javnost – The Public* 15 (2008), H. 3, S. 5–22, hier S. 11; Brady: „No Contest? Assessing the Agonistic Critiques of Jürgen Habermas's Theory of the Public Sphere“; Lincoln Dahlberg: „The Habermasian public sphere: Taking difference seriously?“. In: *Theory and Society* 34 (2005), H. 2, S. 111–136.

³⁹⁶ Vgl. u.a. Wiebke Loosen; Jan-Hinrik Schmidt: „(Re-) Discovering the Audience. The relationship between journalism and audience in networked digital media“. In: *Information, Communication & Society* (2012), S. 1–21 und Neuberger; Nuernbergk; Rieschke (Hrsg.): *Journalismus im Internet* sowie Tatjana Mazali: „Social Media as a New Public Sphere“. In: *Leonardo* 44 (2011), H. 3, S. 290–291.

³⁹⁷ Vgl. Neidhardt: „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“, S. 13.

ausschließlich soziale Bewegungen, die Handlungsfähigkeit aufweisen, sondern es gibt eine Vielzahl an unterschiedlichen Akteur/innen. Sowohl das Publikum als auch die Plattform YouTube werden selbst zu Akteuren, und YouTube ist Galerie und Arena zugleich. Damit können sich Akteur/innen in sozialen Netzwerken noch schneller als bisher organisieren, einen Diskurs anstoßen und Massen virtuell mobilisieren, die dann auch außerhalb der virtuellen Räume auf den Straßen präsent sind.³⁹⁹ Demnach ist nicht nur eine verteilte Autorschaft in den Inszenierungen auf und mit YouTube zu beobachten, sondern auch die dabei entstehende Öffentlichkeit wird von ganz unterschiedlichen Akteur/innen geprägt und ist nur bedingt beeinflussbar: Die Kanaleigentümer/innen können die Wirkung eines Videos in der Öffentlichkeit nicht determinieren, da diese maßgeblich von anderen Nutzer/innen mitgelenkt wird, durch Kommentare, Videokopien oder auch -parodien und die Möglichkeit, die Videos in ganz andere Websites, soziale Netzwerke und Blogs einzubetten.

Im Social Web ist somit eine neue Form von „Anschlusskommunikation“ eines „verteilten Publikums“⁴⁰⁰ entstanden. Mizuko Ito spricht in Anlehnung an Benklers Begriff der „networked public sphere“⁴⁰¹ von „networked publics“, ein Begriff, der die sozialen, kulturellen und technischen Bedingungen impliziert, mit denen die Öffentlichkeitsakteur/innen im Internet konfrontiert sind.⁴⁰² Auch Habermas deutet 2006 den netzwerkartigen Charakter des Internets an, wobei die damals noch sehr jungen Plattformen im Social Web zumindest in Deutschland noch kaum so genutzt wurden wie heute:

*rooted in networks for wild flow of messages – news, reports, commentaries, talks, scenes and images, and shows and movies with an informative, polemical, educational, or entertaining content.*⁴⁰³

Im Folgenden soll für diese neuen Kommunikations- und Partizipationsräume in Anlehnung an Nuernbergk der Begriff der „Netzwerk-öffentlichkeit“⁴⁰⁴ verwendet werden, der damit die Erweiterung der medialen Öffentlichkeit durch die Kommunikation in Blogs⁴⁰⁵

³⁹⁸ Neidhardt: „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“, S. 14.

³⁹⁹ Vgl. dazu das Beispiel in Kapitel 5: „Die YouTube-Öffentlichkeit als Spiegel der ungarischen Gesellschaft: Politische Selbstinszenierung im Protestvideo *Nem tetszik a rendszér* (2011)“.

⁴⁰⁰ Nuernbergk: *Anschlusskommunikation in der Netzwerköffentlichkeit*, S. 153.

⁴⁰¹ Benkler: *The Wealth of Networks*, S. 212.

⁴⁰² Vgl. Mizuto Iko: „Introduction“. In: Varnelis (Hrsg.): *Networked Publics*, S. 2.

⁴⁰³ Jürgen Habermas: „Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research“. In: *Communication Theory* 16 (2006), H. 4, S. 411–426, hier S. 415.

⁴⁰⁴ Nuernbergk: *Anschlusskommunikation in der Netzwerköffentlichkeit*, S. 283 und ebenso: Nuernbergk; Nuernbergk; Rieschke (Hrsg.): *Journalismus im Internet*, S. 49. Laut Nuernbergk wird der Begriff bereits verwendet in: Christoph Bieber: *Politische Projekte im Internet. Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit*. Frankfurt / New York: Campus 1999, S. 189–205.

⁴⁰⁵ Zur Öffentlichkeit in Blogs wird seit Anfang der 2000er Jahre viel geforscht, vgl. u.a.: Richard Kahn; Douglas Kellner: „New media and internet activism. From the ‚Battle of Seattle‘ to blogging“. In: *New Media & Society* 6 (2004), H. 1, S. 87–95; Homero Gil de Zúñiga; Eulàlia Puig-I-Abril; Hernando Rojas: „Weblogs, traditional sources online and political participation. An assessment of how the internet is changing the political environment“. In: *New Media & Society* 11 (2009), H. 4,

S. 553–574 sowie Christian Katzenbach: *Weblogs und ihre Öffentlichkeiten. Motive und Strukturen der Kommunikation im Web 2.0*. München: Fischer Verlag 2008 (=Internet Research Bd. 32).

⁴⁰⁶ Benkler: *The Wealth of Networks*, S. 467. Vgl. zu diesem Ansatz auch Manuel Castells: „The New Public Sphere, Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance“. In: *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616 (2008), S. 78–93, hier S. 90.

analysiert. Er adaptiert dabei ebenfalls Benklers Begriff der *networked public sphere*. Benkler fokussiert den Stellenwert der *Verflechtung* von Offline- und Online-Diskursen: „[...] much of network use focuses on enhancing and deepening existing real-world relations, as well as adding new online relations.“⁴⁰⁶ Demnach spielen die Wechselwirkungen zwischen Online-Öffentlichkeiten und der Öffentlichkeit außerhalb des Internets eine entscheidende Rolle. Das heißt, die Öffentlichkeit soll als ein Zusammenspiel verschiedener Ebenen und Kommunikationsformen verstanden werden, innerhalb dessen die Aktionen und Interaktionen der Öffentlichkeitsakteur/innen in sozialen Netzwerken wie YouTube, in Foren, Blogs und der Medienberichterstattung online und offline berücksichtigt werden müssen. Die Rolle der Medien im „verschränkten Wechselverhältnis“ mit dem öffentlichen Raum hebt Requate auch in Bezug auf historische Analysen explizit hervor:

*Wer die Medien entweder nur als politisches Einflußinstrument [sic!] oder nur als Wirtschaftsunternehmen oder schließlich nur als autopoietisches System zu analysieren sucht, wird in jedem Fall zu kurz greifen. Die Frage muß vielmehr lauten, welche Öffentlichkeitsstrukturen sich aus dem vielfach verschränkten Wechselverhältnis von ‚realer‘ Welt und medialer Wiedergabe unter der Bedingung diverser äußerer Einflüsse entwickeln und was dies wiederum für die jeweilige Gesellschaft bedeutet.*⁴⁰⁷

⁴⁰⁷ Requate: „Öffentlichkeit und Medien als Gegenstände historischer Analyse“, S. 9. Vgl. außerdem zu Öffentlichkeit als methodische Kategorie in der Geschichtswissenschaft: Andreas Gestrich: „The Public Sphere and the Habermas Debate“. In: *German History* 23 (2006), H. 3, S. 413–430 sowie Andreas Koller: „The Public Sphere and Comparative Historical Research. An Introduction“. In: *Social Science History* 34 (2010), H. 3, S.261–290.

⁴⁰⁸ Meike Wagner: *Theater und Öffentlichkeit im Vormärz. Berlin, München und Wien als Schauplätze bürgerlicher Medienpraxis*. Berlin: Akademie Verlag 2013, S. 22 (=Deutsche Literatur. Studien und Quellen Bd. 11).

Zu diesem methodisch entscheidenden Schluss kommt auch Wagner, wenn sie in ihrer historischen Studie das Medium Theater als „Akteur und Forum einer medialen Öffentlichkeit“⁴⁰⁸ untersucht. Der von Requate kritisierte Ansatz, mediale Öffentlichkeit mit Luhmanns Systemtheorie zu untersuchen, ist für die Analyse derjenigen Öffentlichkeit, auf die YouTube einwirkt, allerdings insofern entscheidend, als damit die Schwelle markiert werden kann, an der YouTube als Akteur in Protestinszenierungen und künstlerische Inszenierungen eintritt: Das Videonetzwerk wird im Einklang mit der Methode der ANT nicht als Werkzeug verstanden, das die Nutzer/innen für ihre Hand-

lungsweisen und sozialen Praktiken lediglich einsetzen, wie Benkler 2006 die technologischen Rahmenbedingungen der Netzwerköffentlichkeit beschreibt.⁴⁰⁹ Vielmehr ist YouTube ein Öffentlichkeitsakteur, der in den Inszenierungen die in Kapitel 2.3. beschriebenen unterschiedlichen Rollen einnimmt. Luhmanns Auffassung von Öffentlichkeit als geschlossenem Gesellschaftssystem ist demnach zur *vorläufigen* Unterscheidung von verschiedenen Teilöffentlichkeiten als Systeme in Bezug auf politische (Gegen-)Öffentlichkeiten sowie Kunst- und Theateröffentlichkeiten hilfreich. Über die Handlungsinitiative YouTubes werden diese Teilöffentlichkeiten aufgebrochen, und sie verwandeln sich im Sinne der ANT zu offenen Netzwerken, wie einige Videobeispiele in Kapitel 3.3 und anschließend die Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater in den Kapiteln 4 bis 9 veranschaulichen werden. Den Unterschied zwischen Luhmanns Begriff von geschlossenen, selbstreferentiellen Systemen und Latours offenen Netzwerken beschreiben Krieger und Belliger wie folgt:

*Perhaps the most significant distinction that ANT does not draw is that between society and nature, between action and non-action or speaking with Luhmann, between communication and non-communication. [...] For ANT observation is based upon the exclusion of any asymmetry in the use of descriptive language when it comes to what is human and what is non-human. There is no a priori difference between what belongs to society and what does not. [...] There is no fundamental system/environment difference lying at the basis of networks.*⁴¹⁰

Laut der ANT kann demnach kein Unterschied mehr gemacht werden zwischen System und Umwelt, zwischen strikt voneinander abgrenzbaren Teilsystemen der Kunst, der Politik, der Wirtschaft oder auch der Presse. Diese Netzwerkperspektive bringt neben der Neupositionierung der Akteur/innen zudem eine immer stärkere Verflechtung von öffentlichen und privaten Sphären in sozialen Netzwerken mit sich.⁴¹¹ Auch diese neue „Privatheit und Öffentlichkeit unter den Bedingungen

⁴⁰⁹ Vgl. Benkler: *The Wealth of Networks*, S.219f.

⁴¹⁰ Krieger; Belliger: *Interpreting Networks*, S. 90. Vgl. dort den ausführlichen Vergleich von Luhmanns Systembegriff mit Latours Begriff des Netzwerks auch auf S. 64–89. Vgl. zur Anwendung des Begriffs des offenen Netzwerks statt des geschlossenen Systems in Bezug auf Medien auch: Andreas Hepp: „Translokale Medienkulturen: Netzwerke der Medien und Globalisierung“. In: Ders.; Krotz; Moores u.a (Hrsg.): *Konnektivität, Netzwerk und Fluss*, S. 42–68, hier S. 49.

⁴¹¹ Vgl. dazu auch: Klaus Meier: „Alte und neue Formen politischer Öffentlichkeit“. In: Michael Schröder (Hrsg.): *Die Web-Revolution. Das Internet verändert Politik und Medien*. München: Olzog 2012, S. 87–106, hier S. 103ff.

⁴¹² Norbert Schneider: „Zwischen Privatheit und Öffentlichkeit“. In: Eumann; Gerlach; Rößner (Hrsg.): *Medien, Netz, Gesellschaft*, S. 43–47, hier: S. 46. Vgl. zum Diskurs über Privatheit in sozialen Netzwerken u.a. auch die Forschungsbeiträge in: Ulrike Ackermann (Hrsg.): *Im Sog des Internets. Öffentlichkeit und Privatheit im digitalen Zeitalter*. Frankfurt am Main: Humanities Online 2013 sowie Patricia Sanchez Abril: „A (My)Space of One's Own: On Privacy and Online Social Networks“. In: *Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property* 6 (2007), H. 1, S. 73–88.

einer digitalen Welt⁴¹² gilt es in den Blick zu nehmen. Die schwierige Abgrenzung zwischen Begriffen wie ‚privat‘ und ‚öffentlich‘ wird zum Beispiel durch die Anwendung von Pseudonymen in Nutzerprofilen auf YouTube deutlich, die einen signifikanten Einfluss auf Akteurs-handlungen innerhalb der entstehenden Öffentlichkeiten hat: Die Profile können so nicht mehr eindeutig Institutionen, Unternehmen oder Privatpersonen zugeordnet werden und die jeweiligen Öffentlichkeitsakteur/innen dadurch nicht immer identifiziert werden. Das folgende Kapitel veranschaulicht, wie YouTube-Nutzer/innen als Akteur/innen der Öffentlichkeit agieren und was die YouTube-Öffentlichkeit als Kommunikationsraum überhaupt auszeichnet.

3.3 Diskurse in der YouTube-Öffentlichkeit als Teil der Netzwerköffentlichkeit

3.3.1 Diskursebenen und Diskursformen in der YouTube-Öffentlichkeit

Die Öffentlichkeit auf YouTube wird als ein Ausschnitt jener Netzwerköffentlichkeit betrachtet, die die YouTube-Videos inner- und außerhalb des Internets initiieren. Dabei nutzen die Akteur/innen verschiedene *Diskursformen* auf unterschiedlichen *Diskursebenen* und bilden audiovisuelle Netzwerke aus Text, Bild und Ton. Damit geht der Begriff der Netzwerköffentlichkeit wenn er in Bezug auf YouTube verwendet wird, über das bisherige Begriffsverständnis hinaus und muss erweitert werden, da nicht nur textuell geprägte Diskussionen, wie etwa in Blogs und Foren, analysiert werden. Neben der Diskursebene der Kommentartexte nimmt die Diskursebene der Videobilder einen gleichrangigen Stellenwert in der YouTube-Öffentlichkeit ein.

Um zunächst die *textuellen Diskurse* in der YouTube-Öffentlichkeit als Teilöffentlichkeit empirisch analysieren zu können, muss diese Ebene – trotz des beschriebenen Ansatzes der offenen Netzwerköffentlichkeit, in die sie eingebettet ist – als abgrenzbarer Partizipations- und Kommunikationsraum der YouTube-Akteur/innen aufgefasst werden. Auf diese Weise lässt sich eine bestimmte Auswahl an

themenspezifischen Videokommentaren vornehmen, wie es in den Kapiteln 4 bis 9 für die Bereiche Protest, Kunst und Theater auf YouTube vorgesehen ist. Nur so kann der Öffentlichkeitsbegriff als Analysekategorie empirisch genutzt werden. Die Nutzer/innen hinterlassen im Kommentarbereich Spuren aktueller gesellschaftlicher Diskurse, wie es bereits mit Latours Formulierung von Technik als „stabilisierte[r] Gesellschaft“⁴¹³ in Kapitel 2.2.3 beschrieben wurde. Für diesen Kommunikations- und Partizipationsraum auf YouTube erscheint daher der Raumbegriff des Soziologen Henri Lefebvre passend, der den Raum in Beziehung zur Gesellschaft setzt und dessen empirische Erforschung vorschlägt:

*Die räumliche Praxis einer Gesellschaft sondert ihren Raum ab; in einer dialektischen Interaktion setzt sie ihn und setzt ihn gleichzeitig voraus: Sie produziert ihn langsam, aber sicher, indem sie ihn beherrscht und ihn sich aneignet. In der Analyse lässt sich eine räumliche Praxis entdecken, indem man ihren Raum entziffert. [...] Die räumliche Kompetenz und Performanz, die jedem Mitglied dieser Gesellschaft eigen sind, lassen sich nur empirisch würdigen.*⁴¹⁴

Die Videokommentare, die die Nutzer/innen posten, werden als die von Lefebvre beschriebene „Performanz“ auf YouTube und als eine Ebene der Netzwerköffentlichkeit empirisch analysiert. In Bezug auf diese *schriftlichen* Texte der Nutzer/innen, die neben den Videokommentaren auch durch andere Texte online und offline, in der Presse, in anderen Netzwerken wie Twitter oder in Blogs verbreitet werden, bildet Warners Diskursbegriff einen guten Ansatzpunkt, da er Öffentlichkeiten als „publics“ beschreibt, die sich über zirkulierende Texte herausbilden: Öffentlichkeit entstehe „only in relation to texts and their circulation“⁴¹⁵, denn die Texte seien nur durch die Leser/innen miteinander verbunden. Dadurch verselbständigt sich der Diskurs in den Kommentaren, den die Videoproduzent/innen nicht steuern können: „Public discourse [...] abandons the security of its positive, given audience. It promises to address anybody. It commits itself in principle

⁴¹³ Bruno Latour: „Technik ist stabilisierte Gesellschaft“, S. 395.

⁴¹⁴ Henri Lefebvre: „Die Produktion des Raums“. In: Jörg Dünne; Stephan Günzel (Hrsg.): *Raumtheorien. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2006, S. 330–342, hier S. 335.

⁴¹⁵ Warner: „Publics and Counterpublics“, S. 50.

⁴¹⁶ Warner: „Publics and Counterpublics“, S. 81.

to the possible participation of any stranger.“⁴¹⁶ Hierbei spielt auch der bereits in Kapitel 3.1.2. genannte dynamische und gegenwartsbezogene Charakter, den Warner seinem Öffentlichkeitsbegriff zuschreibt, eine wichtige Rolle: Die einzelnen Kommentare der Nutzer/innen lassen sich durch den Faktor der (verstrichenen) Zeit in Beziehung zueinander setzen, was mit Hilfe der empirischen Inhaltsanalyse erfasst wird: „It is not texts themselves that create publics, but the concatenation of texts through time.“⁴¹⁷ Warners textorientierter Ansatz wird jedoch nicht allen Diskursformen in der YouTube-Öffentlichkeit gerecht,⁴¹⁸ da sie neben den Kommentartexten maßgeblich von audiovisuellen Diskursen geprägt ist, in denen nicht immer mittels Text und Sprache kommuniziert wird.

⁴¹⁷ Warner: „Publics and Counterpublics“, S. 62. Vgl. zur Relevanz von Zeit auf YouTube als Archiv der Diskurse vor allem das Kapitel 4: „YouTube als Archiv für transnationale Protestnetzwerke: Greenpeace' Protest gegen Nestlé (2010)“.

⁴¹⁸ Diesen Aspekt der Textfokussierung bei Warner kritisiert auch Sandra Gustafson anhand eines historischen Beispiels aus den USA. Neben schriftlichen Dokumenten würden auch „oral performances“ die Öffentlichkeit maßgeblich beeinflussen, wie Gustafson darstellt. Vgl. Sandra Gustafson: „American Literature and the Public Sphere“. In: *American Literary History* 20 (2008), H. 3, S. 465–478, hier S. 465.

⁴¹⁹ Burgess; Green: *YouTube*, S. 103.

Versuche, umfassende Einschätzungen und pauschale Charakterisierungen darüber abzugeben, was die Diskurse auf der Ebene der Videobilder kennzeichnet, scheitern allerdings, wie zahlreiche Beispiele zeigen. Während Burgess und Green feststellen: „Playfulness and affect [...] characterize the ‚common culture‘ of YouTube“⁴¹⁹, hebt Strangelove den gesellschaftlich und politisch relevanten Charakter von YouTube-Videos und Kommentärpraktiken hervor:

*In amateur video practices we find a new form of vernacular speech – speech through the production of original and appropriated images and words. YouTube is a new global arena where public opinion is formed and expressed.*⁴²⁰

⁴²⁰ Strangelove: *Watching YouTube*, S. 156.

Demnach muss der Diskursbegriff auf YouTube sehr heterogene Formen von verbalen und nonverbalen Diskursen erfassen, die nicht alle unter Habermas' Definition des Diskursbegriffs zusammengefasst werden können, der eine „durch Argumentation gekennzeichnete Form der Kommunikation“⁴²¹ meint und auf Konsens abzielt. Eine Beschränkung auf rationale sprachliche Diskurse würde weder dem Kommentärbereich noch den Videos gerecht und könnte kein umfassendes Bild der YouTube-Öffentlichkeiten in Protest, Kunst und Theater zeichnen. Habermas' Begriffskonzeption muss dementsprechend

⁴²¹ Jürgen Habermas: *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*, S. 130.

um den Diskursbegriff Foucaults ergänzt werden, der zum einen über die Ebene des Textes hinausgeht und zum anderen auch die Strukturen und Rahmenbedingungen dieser Diskurse einbezieht.⁴²²

*Zwar bestehen diese Diskurse aus Zeichen; aber sie benutzen diese Zeichen für mehr als nur zur Bezeichnung der Sachen. Dieses mehr macht sie irreduzibel auf das Sprechen und die Sprache. Dieses mehr muß man ans Licht bringen und beschreiben.*⁴²³

Auch Mouffe bezieht sich auf solch einen weiten Diskursbegriff, der über die rationale Argumentation hinausgeht und mit dem auch die Machtstrukturen zwischen den Akteur/innen aufgedeckt werden sollen, wenn sie vom künstlerisch-politischen Aktivismus als Diskurs spricht: In ihrem Aufsatz *Artistic Activism and Agonistic Spaces* von 2007 wendet sie ihr bereits in Kapitel 3.1.2 genanntes Konzept des *agonistic pluralism* nicht nur auf politische Debatten an, sondern versteht explizit auch künstlerischen Aktivismus als Diskurs, der bewusst Dissens und Gegenöffentlichkeit generiert, im Sinne von „counter-hegemonic interventions whose objective is to occupy the public space“⁴²⁴.

Solche Formen von künstlerischem Aktivismus integriert auch Balmes weit gefasster Begriff der Theateröffentlichkeit. In Bezug auf die theoretische Konzeption des Begriffs plädiert er aber im Gegensatz zu Mouffe dafür, Habermas' rationalen Diskursbegriff nicht ganz abzulehnen, sondern ihn *in Verbindung mit* Mouffes Konzept des *agonistic pluralism* anzuwenden, wie es in der Forschungsliteratur auch in Bezug auf die Internet-Öffentlichkeit bereits vorgeschlagen wurde. Balme versteht den Begriff *agon* in seiner ursprünglichen griechischen Bedeutung als „assembly, action, debate, legal action and argument“⁴²⁵, verknüpft auf diese Weise Affekt, Emotion und rationalen Diskurs und fügt diesen beiden Komponenten seines integrativen Begriffs der Theateröffentlichkeit „the ludic power of the stage“⁴²⁶ hinzu.

A theatrical theory of the public sphere needs to build on an extended concept of 'agonism' with its emphasis on emotion and affect with-

⁴²² Diese Rahmenbedingungen werden als Diskursordnungen auf YouTube bezeichnet und in Kapitel 3.3.4 mit Beispielen skizziert.

⁴²³ Foucault: *Die Archäologie des Wissens*, S. 74.

⁴²⁴ Chantal Mouffe: „Artistic Activism and Agonistic Spaces“. In: *Art & Research. A Journal of Ideas, Contexts and Methods* 1 (2007), H. 2, S. 2–5, hier S. 5.

⁴²⁵ Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 31.

⁴²⁶ Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 12.

*out foregoing more rational modes of dispute. We need to see the rational-critical and the agonistic as complementary rather than mutually exclusive forms of expression.*⁴²⁷

⁴²⁷ Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 11 und vgl. auch S. 45f. Vgl. zudem den Beitrag von Amy Bartholomew im Tagungsband *Intermediality, Performance and the Public Sphere*, auf den sich Balme bezieht: Amy Bartholomew: „Nonviolent Terrorism’ or the Legitimate Performance of Resistance? Hunger Strikes, Death Fasts, and a Habermasian Conception of a Political Action and the Public Sphere“. In: Khalid Amine; George F. Roberson (Hrsg.): *Intermediality, Performance and the Public Sphere. Selected papers from recent meetings of the Tangier International Conferences*. Amherst / Denver / Tangier: Collaborative Media International 2014, S. 105–117 (=International Collaboration Series).

⁴²⁸ Vgl. zu solch einen integrativen Ansatz in Bezug auf die YouTube-Öffentlichkeit auch: Van Zoonen; Vis; Mihelj: „YouTube interactions between agonism, antagonism and dialogue“, S. 1286f.

Auch YouTube als Bühne für Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater kann nur mit solch einem integrativen Ansatz erfasst werden: Gerade die Diversität der Diskurse, die aus der offenen Partizipationskultur im Internet resultiert, muss hier in den Blick genommen werden.⁴²⁸ Die Netzwerköffentlichkeiten, die die YouTube-Videos als Knotenpunkte initiieren, lassen sich demnach ebenfalls als solch ein Spannungsfeld aus rationalen Diskursen, Affekt, Emotionen sowie spielerischen, künstlerischen Elementen, aber auch Konfrontationen begreifen, wie Balme die Theateröffentlichkeit beschreibt.

Der als Akteursnetzwerk analysierte Diskurs mit YouTube als Akteur besteht somit zum einen aus der Diskursebene der (Kommentar-)Texte der Nutzer/innen und zum anderen aus der audiovisuellen Diskursebene der Videobilder. Beide Diskursebenen können dabei textuell-sprachliche oder auch visuelle, nonverbale und künstlerische Diskursformen beinhalten. Auf der Ebene der Videos kommen zudem häufig musikalische Diskursformen hinzu. Mit diesem Ansatz können die diversen Kommunikationsstränge berücksichtigt werden, die die YouTube-Öffentlichkeit als Teil der Netzwerköffentlichkeit prägen: Dazu gehören zum Beispiel auch durch Emoticons und Sonderzeichen visualisierte Kommentarinhalte und die Rahmungen durch das Profil der Kanaleigentümer/innen. Ebenso erfasst der Diskursbegriff die von YouTube in seiner Rolle als Videodisplay veröffentlichten Informationen, wobei diese wie die Kommentartexte eine sprachlich-textuelle Rahmung der Videobilder darstellen. Hinzu kommen die Diskurse, die von außerhalb YouTubes auf die Öffentlichkeit der Inszenierungen einwirken und die YouTube-Videos und Kommentare kontextualisieren. Diese werden in den Kapiteln 4 bis 9 als weitere Diskursebene der Netzwerköffentlichkeiten in den Blick genommen, die sich um die Inszenierungen bildet: Das wären bei Reinszenierungen von Kunst und Theaterperformances auf YouTube die Aufführungen im

Theaterraum beziehungsweise die Ausstellungen und Kunstwerke im Museum und im Fall von Videoprotesten zum Beispiel verschiedene Protestaktionen auf der Straße. Gerade bei politischen, sozialen oder gesellschaftlichen Anliegen, die als Videoaktivismus über YouTube vermittelt werden, soll eine Gegenöffentlichkeit generiert werden, die *zwischen* Kunst, Unterhaltung und Protest verläuft, wie das folgende Kapitel anhand von Videobeispielen veranschaulicht.

3.3.2 *Diskurse zwischen Kunst und Protest: YouTube-Videos als Knotenpunkte politischer Gegenöffentlichkeit und medialer Selbstinszenierung*

Das folgende Resümee der Autoren aus dem „Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag“, das sie 2006 zur politischen Öffentlichkeit im Internet ziehen, trifft heute nicht mehr zu, wenn man die Vielfalt der Formen von politischer Kommunikation auf YouTube betrachtet: „Das Netz scheint [...] eher als Medium der Selbstdarstellung und der öffentlichen politischen Stellungnahme interessant zu sein denn als Medium des Meinungsaustausches und des Diskurses.“⁴²⁹ Die Autoren stellen in ihrer Analyse fest, dass vor allem Institutionen und Parteien Wahlwerbung im Internet betreiben. Seit 2006 ist der Anteil an Interaktionen derjenigen Nutzer/innen jedoch stark gestiegen, die sich als Privatpersonen oder zum Beispiel in eigens gegründeten Bürgerinitiativen als politische Akteur/innen an den Schnittstellen von Kunst, Unterhaltung und politischem Aktivismus oder Protest im Internet in Szene setzen. Daher soll auch die von den Autoren erwähnte „Selbstdarstellung“ nicht als Gegenpol zu politischem Diskurs auf YouTube verstanden werden.⁴³⁰

Insbesondere über Plattformen wie YouTube können Gegenpositionen und Gegenöffentlichkeiten zu den Diskursen in den Medien vertreten werden.⁴³¹ Ein sehr frühes Beispiel für Videoaktivismus, das mittlerweile auch auf YouTube präsent ist, ist das bereits seit 1988 laufende US-amerikanische Projekt *Witness*, das Videos als „Zeugen“ für Menschenrechtsverletzungen wie zum Beispiel Polizeigewalt

⁴²⁹ Vgl. Armin Grunwald; Gerhard Banse; Christopher Coenen: *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie. Tendenzen politischer Kommunikation im Internet*. Berlin: edition sigma 2006, S. 229 (Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag Bd. 18).

⁴³⁰ Das Verhältnis zwischen Protestinszenierung und Selbstinszenierung wurde bereits in Kapitel 2.1.2 deutlich. In Kapitel 5 wird solch ein Beispiel von Bürgerprotesten auf YouTube ausführlich analysiert.

⁴³¹ Vgl. zu diesem Ansatz, der YouTube als Korrektiv der Öffentlichkeit begreift auch: Robrecht Vanderbeeken: „Web Video and the Screen as a Mediator and Generator of Reality“. In: Lovink; Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 35–50, hier S. 42 sowie Vera Tollmann: „YouTube Magic. Videos on the net“. In: Lovink; Niederer (Hrsg.): *Video Vortex Reader. Responses to YouTube*, S. 169–172, hier S. 172.

⁴³² Vgl. die Beschreibung auf der Website online unter: <http://witness.org/>: „Witness uses video to open the eyes of the world to human rights violations. Witness empowers people to transform personal stories of abuse into powerful tools for justice, promoting public engagement and policy change.“ Siehe auch den YouTube-Kanal des Projekts online unter: <http://www.youtube.com/user/Witness>.

⁴³³ Vgl. dazu auch Natalie Fenton: „Mediating hope. New Media, politics and resistance“. In: *International Journal of Cultural Studies* 11 (2008), H. 2, S. 230–248, hier S. 244.

⁴³⁴ Siehe das Video ZIB-Redaktion – Das Protest-Video, seit 16.01.2012 auf YouTube online unter: <http://www.youtube.com/watch?v=o6SzZmMNFg>.

⁴³⁵ Vgl. die tagesaktuelle Statistik zum Video, online unter: <http://www.youtube.com/watch?v=o6SzZmMNFg>.

⁴³⁶ Vgl. dazu u.a. Cathrin Kahlweit: „Redakteure siegen im ORF“. In: *Süddeutsche.de* (20.01.2012), online unter: <http://www.sueddeutsche.de/medien/nach-protest-gegen-parteilpolitischen-einfluss-revolution-siegt-im-orf-1.1262280> sowie Wolfgang Werth: „Niko Pelinka zieht Bewerbung zurück“. In: *oe1.ORF.at* (19.02.2012), online unter: <http://oe1.orf.at/artikel/295776>.

⁴³⁷ Vgl. die Videos im Kanal TW in LE online unter: <http://www.youtube.com/channel/UC3eUEH3C2LugUDv3y-UqoXMw/feed> und vgl. zu den geplanten Kürzungen die aktuellen Informationen und den Pressespiegel auf der Website des Instituts für Theaterwissenschaft der Uni Leipzig, online unter: <http://www.uni-leipzig.de/~thea/index.php?id=8>.

einsetzt.⁴³² Durch den Upload der Videos auf YouTube erreichen diese eine erweiterte Öffentlichkeit und können durch die Netzwerköffentlichkeiten von zerstreuten Akteur/innen weiter verbreitet werden. Die in solch einer Gegenöffentlichkeit angesprochenen Nutzer/innen sollen mobilisiert und zu realen Handlungen – und nicht nur zum Kommentieren – bewegt werden.⁴³³ Zur Veranschaulichung folgen einige weitere Beispiele, die zudem explizit für die YouTube-Öffentlichkeit konzipierte Videoproteste darstellen und sowohl sprachlichen als auch nonverbalen Diskurs beinhalten:

Das medienpolitische YouTube-Video der Redakteur/innen des *Aktuellen Dienstes* im österreichischen Rundfunk ORF⁴³⁴ wurde im Januar 2012 veröffentlicht und hat gleich im ersten Monat 628.148 Aufrufe und 1944 Kommentare erhalten.⁴³⁵ Die Redakteur/innen protestierten damals „für die Unabhängigkeit und für das Ende von parteipolitisch motivierten Postenbesetzungen“, wie es im Einleitungstext des Videos heißt. Das Video hat zusammen mit einer Online-Petition und weiteren gezielten Protesten der ORF-Redaktionen solch eine starke mediale Aufmerksamkeit erregt, dass der für die Stelle als Büroleiter des ORF vorgesehene Kandidat Nikolaus Pelinka, der der SPÖ nahesteht, seine Bewerbung zurückzog.⁴³⁶

Die seit Februar 2014 veröffentlichten Protestvideos mit dem Motto *TW in LE bleibt!* („Theaterwissenschaft der Uni Leipzig bleibt“) zielen ebenfalls darauf ab, eine Gegenöffentlichkeit zu bestehenden institutionellen und kulturpolitischen Strukturen zu etablieren. Die Videos wurden parallel zu Protesten auf dem Campus veröffentlicht. Deutsche und internationale Intendant/innen, Wissenschaftler/innen, Regisseur/innen und Schauspieler/innen sprechen sich mit kurzen Statements und szenischen Darbietungen für den Erhalt des Instituts für Theaterwissenschaft in Leipzig aus, dem aufgrund von massiven Stellenkürzungen durch die sächsische Landesregierung die Schließung drohte.⁴³⁷ Die Videos wurden als „Videogrußbotschaften“⁴³⁸ während der Solidaritätsveranstaltung *Die Theaterwelt läuft Sturm* für das Institut im Schauspiel Leipzig am 07. Februar 2014 gezeigt und im

Anschluss durch weitere Protestvideos im YouTube-Kanal ergänzt, der die Öffentlichkeit auch über Leipzig hinaus über die Lage informieren und mobilisieren sollte. Die geplanten Kürzungen wurden nach dem Regierungswechsel in Sachsen im Herbst 2014 teilweise zurückgenommen, aber erst seit Herbst 2016 ist die Zukunft des Instituts tatsächlich gesichert. Diese positive Entwicklung kann gewiss nicht (nur) direkt auf die Videoproteste zurückgeführt werden, dennoch haben solche Proteste, die YouTube-Videos, Online-Petitionen und Interventionen im öffentlichen Raum miteinander verknüpfen, durch die vernetzte Kommunikation in der Netzwerköffentlichkeit eine hohe mobilisierende Wirkung auf die Öffentlichkeit, auch jenseits des lokalen städtischen Raums.⁴³⁹ Kapitel 6 zeichnet ein ähnliches Beispiel für ein kulturpolitisches Akteursnetzwerk nach, das die freie Theaterszene in Ungarn 2012 mit ihrem Videoprotekt auf YouTube initiierte.

Die folgenden beiden Beispiele zeigen, wie die YouTube-Öffentlichkeit als *Ersatz* für den intendierten Adressaten fungieren kann und auf diese Weise ebenfalls eine Gegenöffentlichkeit gebildet wird: Der globalisierungskritische Schweizer Soziologe Jean Ziegler wurde als Hauptredner von den Salzburger Festspielen 2011 kurzfristig wieder eingeladen und lud daraufhin einen selbst gefilmten Mitschnitt seiner nicht gehaltenen Eröffnungsrede auf YouTube hoch. Außerdem hat Ziegler seine kontroverse Rede als Buch veröffentlicht.⁴⁴⁰ Ein ähnliches Beispiel, in dem YouTube als Ersatz und gleichzeitig als unbegrenzte, verlängerte Diskursplattform für ein lokales, situatives Protestereignis fungiert, ist das Video, das einen Ausschnitt der Konferenz *Von welchem Theater träumen wir?* zeigt, die im Oktober 2013 anlässlich des 125-jährigen Jubiläums des Burgtheaters in Wien stattfand. Ein Angestellter des Theaters springt darin aus dem Zuschauerraum auf die Bühne und hält eine Rede über seine prekären Arbeitsbedingungen am Theater. Die Rede wurde zwar von den Organisatoren der Konferenz unterbrochen, aber der Diskurs der Gegenöffentlichkeit, die sich zur Konferenz etabliert hat, kann auf YouTube innerhalb der Videokommentare zum hochgeladenen Mitschnitt der Intervention im

⁴³⁸ Vgl. das Programm der Veranstaltung online unter: http://www.uni-leipzig.de/~thea/fileadmin/web-site/media/mitarbeiter/Stellenkuerungen/Programm_Solidarit%C3%A4tsveranstaltung.pdf.

⁴³⁹ Vgl. zu diesem Beispiel auch: Cseke, Iris; Katharina Knüppel: „Forschen am Spielfeldrand. Interdisziplinarität in der Theaterwissenschaft“. In: Nic Leonhardt (Hrsg.): *Theater-Wissen quer denken. Facetten szenischer Künste aus drei Jahrzehnten*. Berlin: neofelis 2017, S. 301-323.

⁴⁴⁰ Siehe die beiden Videos der Rede online unter <http://www.youtube.com/watch?v=74ppqi8vhl-U&feature=share> und im YouTube-Kanal des Ecowin-Verlags, der die Rede als Buchform veröffentlicht hat: <http://www.youtube.com/watch?v=T3ijKpLPINc&feature=share>. Vgl. Jean Ziegler: *Der Aufstand des Gewissens*. Salzburg: Ecowin Verlag 2011. Vgl. zu diesem Vorfall auch: Josef Bierbichler: „Schampus. Warum regt der Einfluss der Wirtschaft auf die Kunst niemanden mehr auf – nicht einmal die künstlerischen Angestellten der Salzburger Festspiele?“. In: *Theater der Zeit* 66 (2011), H. 9, S. 55.

⁴⁴¹ Vgl. das YouTube-Video: *Intervention im Burgtheater* und die Kommentare dazu, seit 14.10.2013 online unter: <http://youtu.be/MEA3uK-t0rMi> und vgl. den Blog online unter: <http://burg4s.tumblr.com/>. Der Initiator Christian Diaz wurde daraufhin vom Festival *Radikal Jung* des Münchner Volkstheaters eingeladen. Entstanden ist die Produktion *Austrian Psycho*, die die Intervention am Burgtheater thematisiert, siehe die Informationen online unter: <https://www.muenchner-volkstheater.de/radikal-jung/spielplan/austrian-psycho-ua>.

⁴⁴² Castells: „The New Public Sphere“, S. 86. Vgl. auch: Richard Kahn; Douglas Kellner: „New Media and Internet Activism: From the „Battle of Seattle“ to Blogging“. In: *New Media & Society* 6 (2004), H. 1, S. 87–95.

⁴⁴³ Vgl. u.a.: Donatella Della Porta; Sidney Tarrow: *Transnational Protest and Social Activism*. Lanham/Oxford: Rowman&Littlefield 2005 sowie Wim Van de Donk; Brian D. Loader; Paul G. Nixon u.a. (Hrsg.): *Cyberprotest. New Media, Citizens and Social Movements*. London u.a.: Routledge 2004. Zur Transnationalisierung der Öffentlichkeit in Europa vgl. u.a. Hartmut Wessler; Bernhard Peters; Michael Bruggemann (Hrsg.): *Transnationalization of Public Spheres*. Basingstoke u.a.: Palgrave Macmillan 2008 und Stefan Tobler: *Transnationalisierung nationaler Öffentlichkeit. Konflikt-induzierte Kommunikationsverdichtungen und kollektive Identitätsbildung in Europa*. Wiesbaden: VS Verlag 2010.

⁴⁴⁴ Siehe dazu die neueren Forschungsbeiträge zu transnationalen Protesten: Sigrid Baringhorst; Veronika Kneip; Johanna Niesyto (Hrsg.): *Political Campaigning on the Web*. Bielefeld: transcript 2009 und Rainer Winter: *Widerstand im Netz. Zur*

Theaterraum mitverfolgt und fortgeführt werden. Zudem wurde die komplette Rede auf einem eigens dafür geschaffenen Blog veröffentlicht, der auch jene Ereignisse dokumentiert, die sich nach der Intervention abspielten.⁴⁴¹

Ein entscheidender Mehrwert von Protesten im Internet besteht außerdem darin, dass *transnationale* Diskursräume innerhalb des „globalen Netzwerks“⁴⁴² entstehen können. Zwar wird dies auch schon in Bezug auf die Öffentlichkeit im Internet der 1990er Jahre formuliert,⁴⁴³ allerdings wird diese Tendenz durch Netzwerke wie YouTube noch verstärkt.⁴⁴⁴ Der Begriff des Transnationalen wird im Folgenden als „transnational collective action“ für länderübergreifendes Handeln nicht-staatlicher Akteure genutzt, wie ihn Donatella della Porta und Sydney Tarrow definieren: „campaigns on the part of networks of activists against international actors, other states, or international institutions“⁴⁴⁵. Ein Beispiel in diesem Kontext wären die emotional aufreibenden Videos der französischen Regisseurin Ariane Mnouchkine. Sie produzierte mit ihrer Theatergruppe Théâtre du Soleil in Zusammenarbeit mit chinesischen Dissidenten und tibetischen Flüchtlingen drei Protestvideos gegen das chinesische Regime, stellte sie auf YouTube und forderte die Öffentlichkeit auf, die Olympischen Spiele 2008 zu boykottieren.⁴⁴⁶ In den ein- bis zweiminütigen Videos stellen Schauspieler Szenen von Polizeigewalt gegen tibetische Demonstranten während der Wettkämpfe mit ausschließlich musikalischer Untermalung nach. Die Videos haben auf YouTube kontroverse Diskussionen innerhalb der Videokommentare entfacht.⁴⁴⁷ Hier wird zudem deutlich, dass die YouTube-Öffentlichkeit als Gegenöffentlichkeit insbesondere dann eine lokale und unabhängige Informationsquelle bieten kann, wenn die journalistische Berichterstattung durch staatliche Zensur gefährdet ist.⁴⁴⁸ Dafür ist die Mediennutzung während des ‚Arabischen Frühlings‘ 2011 ein gutes Beispiel: Ebenso wie bei Mnouchkines YouTube-Videos findet hier eine bewusste Entgrenzung zwischen Kunst, politischem Engagement und Protest statt. Auf YouTube wurden nicht nur mit Mobiltelefonen gefilmte Videodokumentationen

der Revolutionen verbreitet, sondern zum Beispiel auch die tunesische Satireserie *Captain Khobza*,⁴⁴⁹ die international Aufsehen erregte. Der Sänger Ramy Essam ist durch die virale Verbreitung des „real revolution song of Tahrir Square“ mit YouTube-Videobildern des Aufstands in Kairo international bekannt geworden.⁴⁵⁰ Auch die anonym bleibende syrische Künstlergruppe Masasit Mati nutzt YouTube als Bühne für satirisches Figurentheater, das Ausdruck des Widerstandes gegen den Bürgerkrieg in Syrien ist: Die Videoserie *Top Goon – Diaries of a Little Dictator* ist durch ihr Hochladen auf YouTube bekannt geworden.⁴⁵¹ Die damalige Euphorie zum ‚Arabischen Frühling‘ hat jedoch mittlerweile stark nachgelassen, in der Forschungsliteratur wird in diesem Zusammenhang die These der Ermächtigung der Bürger/innen durch digitale Technologien im Umgang mit der Staatsmacht eher kritisch rezipiert. Durch die gezielte Streuung von Fake News oder das Ausspähen von Online-Aktivitäten der Bürger/innen durch den Staat wird deren Ermächtigung durch digitale Technologien vermehrt aus den Angeln gehoben.⁴⁵²

Unabhängig von ihrer jeweiligen tatsächlichen Wirkkraft zeigen die ausgewählten Beispiele allerdings, dass es gerade diese Vermischungen von Politik und künstlerischen Ausdrucksformen, aber auch die Entgrenzungen zwischen öffentlichen und persönlichen Anliegen sind, anhand derer die Gegenöffentlichkeiten auf YouTube als Teil der Netzkultur beschrieben werden können.

*The most vibrant political activities in network culture [...] are located between private and private, between private and public, and between publics. They emerge in the overlapping domains of politics and culture, simultaneously among multiple layers of social networks, between multiple networks of individuals, and between individuals and collectives, creating a sphere of networked politics. Popular examples of such activities include online political art, cartoons, and videos.*⁴⁵³

Dementsprechend zeichnen sich auch alle Protestformen auf YouTube, die in Kapitel 4 bis 6 analysiert werden, durch ihre jeweiligen

Herausbildung einer transnationalen Öffentlichkeit durch netzbasierte Kommunikation.
Bielefeld: transcript 2010.

⁴⁴⁵ Della Porta; Tarrow: *Transnational Protest and Social Activism*, S. 2f.

⁴⁴⁶ Siehe die Videos *J.O. de Pékin 2008: 1/3 La Piste*; *J.O. de Pékin: 2/3 La Piscine* und *J.O. de Pékin 2008: 3/3 Un couple* auf YouTube online unter: http://www.youtube.com/watch?v=NV0lh_ngvr0&feature=related; <http://www.youtube.com/watch?v=EdV-J4rWDGI> und <http://www.youtube.com/watch?v=XyHM65Q74ZQ>.

⁴⁴⁷ Vgl. zum Beispiel die Kommentare zum ersten Video *J.O. de Pékin 2008: 1/3 La Piste* online unter: http://www.youtube.com/all_comments?v=NV0lh_ngvr0. Hier werden neben dem Lob des Engagements der Künstlerin auch Fragen diskutiert, die einen größeren politischen Kontext einbeziehen, wie zum Beispiel die Frage, inwieweit eine Französin den Konflikt zwischen China und Tibet beurteilen kann oder wie Frankreich zu seinen eigenen Einsätzen im Sudan steht.

⁴⁴⁸ Vgl. dazu Wimmer: „The publics behind political web campaigning. The digital transformation of ‚classic‘ counter-public spheres“. In: Baringhorst; Kneip; Niesyto (Hrsg.): *Political Campaigning on the Web*, S. 41f.

⁴⁴⁹ Vgl. den im Juni 2011 gegründeten YouTube-Kanal Captain 5obza mit 4.488.700 Aufrufen, online unter: <http://www.youtube.com/user/captain5obza/> sowie den Facebook-Auftritt online unter: <https://www.facebook.com/captain5obza>.

⁴⁵⁰ Vgl. das Video mit Aufnahmen des Bandauftritts während der Proteste am Tahrir-Platz in Kairo im Januar 2011, online unter: <http://youtu>.

be/-REKMTBKIBM. Die Rolle des Internets für den arabischen Frühling 2011 wird in der Forschungsliteratur ausführlich diskutiert, siehe Kapitel 1.5 sowie Zahera Harb: „Arab Revolutions and the Social Media Effect“. In: *M/C Journal* 14 (2011), H. 2, online unter: <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/viewArticle/364>; Asiem El Difraoui: „Die Web 2.0-Revolution und die arabischen Revolutionäre. Die Rolle der neuen Medien als politische Infrastruktur“. In: Schröder (Hrsg.): *Die Web-Revolution*, S. 201–219 sowie Carola Richter: „Mythos und Wirklichkeit der ‚Facebook-Revolutionen‘ im Nahen Osten“. In: Karlheinz Sonntag (Hrsg.): *E-Protest: neue soziale Bewegungen und Revolutionen*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter 2013, S. 37–54.

⁴⁵¹ Vgl. die Videos auf YouTube online unter: <http://www.youtube.com/user/MasasiMati> sowie dazu Tim Sandweg: „On and Off. Eine YouTube-Reise durch die syrische Opposition“. In: *Double 10* (2013), Nr. 27, H. 1, S. 41–43.

⁴⁵² Vgl. Jungherr: „Das Internet in der politischen Kommunikation“, S. 286f. Vgl. hierzu auch ausführlich Kapitel 3.3.4.

⁴⁵³ Mertyna Lim; M. E Kann: „Politics: Deliberation, Mobilization and Networked Practices of Agitation“. In: Varnelis (Hrsg.): *Networked Publics*, S. 77–107, hier S. 92f.

⁴⁵⁴ Schmidt: *Social Media*, S. 28.

⁴⁵⁵ Vgl. zum Beispiel den YouTube-Kanal der *Süddeutschen Zeitung*: <http://www.youtube.com/user/sueddeutsche/featured> oder auch die YouTube-Kanäle von Fernsehsendern, die ausgewählte Fernsehbeiträge der YouTube-Öffentlichkeit bereitstellen, vgl. u.a. <http://www.youtube.com/user/ARD/featured> und <http://www.youtube.com/user/zdf>.

Schnittstellen zu künstlerischen Ausdrucksformen aus, durch sehr heterogene, verbale und nonverbale Diskursformen und insbesondere auf der Ebene der Videokommentare durch die Entgrenzung zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit. Wie in Kapitel 2.1.2 dargestellt wurde, findet eine Verknüpfung von medialer (Selbst-)Inszenierung und Protestinszenierung statt. Die folgende Gegenüberstellung von Schmidt im Jahr 2013 trifft damit zumindest auf das soziale Netzwerk YouTube nicht zu: „Journalistische Medien schaffen gesellschaftliche Öffentlichkeit für Themen von breiter Relevanz, soziale Medien ermöglichen persönliche Öffentlichkeiten, in denen Menschen mit ihrem sozialen Umfeld in Kontakt bleiben können.“⁴⁵⁴

Über das Medium YouTube werden durchaus politische, soziale und gesellschaftliche Anliegen und Proteste verbreitet, genauso nutzen etablierte journalistische Medien wie zum Beispiel Tageszeitungen und Rundfunksender YouTube als Distributionskanal, zusätzlich zur eigenen Website oder zum Fernsehen.⁴⁵⁵ Ein aktuelles Beispiel, in dem sich YouTube selbst als bewusst politischer Akteur positioniert, ist der Video-Wettbewerb *#NichtEgal – Die 360°-YouTube-Challenge* gegen Hasskommentare im Netz in Kooperation mit der Bundeszentrale für politische Bildung.⁴⁵⁶

YouTube bietet nicht nur ein Forum für sehr unterschiedliche Gegenöffentlichkeiten, sondern spielt auch innerhalb der Kunst- und Theateröffentlichkeit eine besondere Rolle. Insbesondere die Erweiterung des künstlerischen Raums hinein ins Digitale und das Aufbrechen der Grenzen zwischen Theater, Kunst, Politik und Protest lassen sich dabei beobachten, wie einige der Videobeispiele bereits angedeutet haben.

3.3.3 YouTube als Akteur der Kunst- und Theateröffentlichkeit

In den ersten Jahren nach der Gründung von YouTube wird das Videonetzwerk zunächst nur als Plattform für die Öffentlichkeitsarbeit und Kunstvermittlung von Theatern und Museen im Internet genutzt: Seitdem stellen Institutionen Videos auf YouTube zur Verfügung,

die zum Beispiel Interviews mit Schauspieler/innen, Künstler/innen oder Kurator/innen zeigen oder Trailer mit Einblicken in Theaterproben oder laufende Ausstellungen bieten. Die Tate Modern in London bestückt ihren YouTube-Kanal beispielsweise bereits seit Oktober 2005, das MoMA New York seit 2006, das Deutsche Museum in München seit 2007, das Städel Museum in Frankfurt seit 2008.⁴⁵⁷ Zu den ersten deutschen Theatern, die seit 2007 beziehungsweise 2008 YouTube-Kanäle einrichten, gehören die Münchner Kammerspiele, die Schaubühne Berlin und das Deutsche Theater Berlin.⁴⁵⁸

Im Laufe der letzten Jahre werden die Strukturen, Praktiken und Mechanismen von sozialen Netzwerken wie YouTube allerdings auch zunehmend im Rahmen einer Verknüpfung der institutionellen und künstlerischen Ebenen der Betriebe reflektiert: Das Guggenheim Museum in New York nutzt mit dem Online-Wettbewerb *YouTube Play* im Jahr 2010 YouTubes partizipativen Netzwerkcharakter als Kooperationspartner für die Suche nach neuen künstlerischen Videoformen. Die Preisverleihung für die 25 gekürten Videos, die aus 23.000 Einsendungen ausgewählt wurden, fand zwar im Museum statt, wurde aber per Livestream auf YouTube übertragen, und die Videos bleiben zudem auf YouTube abrufbar.⁴⁵⁹ So bildet die Plattform eine Erweiterung des musealen Raums durch die von der YouTube-Öffentlichkeit jederzeit kommentierbare Online-Präsenz der gekürten Videos. Folgende Kunstprojekte übertragen wiederum die Mechanismen des Kunstbetriebes und das institutionelle Kuratieren auf die Plattform YouTube: das schon seit 2007 bestehende Projekt *curatingyoutube.net*, das in thematisch fokussierten Online-Ausstellungen YouTube-Videos zeigt,⁴⁶⁰ sowie die ebenfalls online kuratierte Ausstellung *YouTube as a Mirror Gaze* von Giovanna Fossati, Kuratorin des Eye Filmmuseums in Amsterdam, welches eine Metareflexion der medienästhetischen Praktiken der YouTube-Nutzer/innen darstellt.⁴⁶¹

Die *Süddeutsche Zeitung* konstatiert bereits 2009, dass YouTube im Begriff sei „unsere Kultur zu ästhetisieren, wie es auch ein Spiegel ebendieser Ästhetisierung ist“⁴⁶². Diese Entwicklung wird wiederum

⁴⁵⁶ Siehe die Beschreibung des Wettbewerbs online unter: <https://youtube-creators-de.googleblog.com/2016/09/weil-es-nicht-egal-ist-wehren-wir-uns.html>.

⁴⁵⁷ Vgl. die Kanäle der beispielhaft genannten Museen online unter: <http://www.youtube.com/user/tate>, <https://www.youtube.com/user/MoMAvideos>; <http://www.youtube.com/user/DeutschesMuseum> und <http://www.youtube.com/user/staedelmuseum>. Vgl. zur „digitalen Erweiterung“ von Museen am Beispiel des Städel Museums: dpa/lhe: „Museum 2.0. „Digitales Schliedern“ durch die Kunstgeschichte“. In: *Monopol. Magazin für Kunst und Leben Online* (03.01.2014), online unter: <http://www.monopol-magazin.de/artikel/20107769-Museen-sollten-sich-fuer-Digitalisierung-zusammenschliessen.html>. Vgl. außerdem als allgemeinen Überblick zum Verhältnis von Museen zum Social Web: Hubertus Kohle: „Das Brooklyn Museum in New York. Digitale Präsenz als Weg aus der Krise?“. Redemanuskript zum Vortrag auf der Konferenz *aufbruch. museen und web 2.0* von 20. - 21. April 2012 in München, online unter: <http://aufbruch-2null.blogspot.de/p/profdr-hubertus-kohle-das-brooklyn.html>.

⁴⁵⁸ Vgl. zu Theatertrailern im Internet: Iris Cseke: *Der Theatertrailer im Internet. Ästhetik und Funktion einer neuen medialen Form*. Unveröffentlichte Magisterarbeit München: Ludwig-Maximilians-Universität 2009. Vgl. die YouTube-Kanäle der Theaterhäuser online unter: <http://www.youtube.com/user/mkammerspiele>, <http://www.youtube.com/user/schaubuehne> und <https://www.youtube.com/user/DTPresse>.

⁴⁵⁹ Vgl. den YouTube-Kanal *YouTube Play*, online unter: <http://www.youtube.com/>

user/playbiennial sowie die Beschreibung des Wettbewerbs auf der Website des Guggenheim Museums, online unter: <http://www.guggenheim.org/new-york/online/participate/youtube-play>.

⁴⁶⁰ Vgl. online unter: <http://www.curatingyoutube.net>.

⁴⁶¹ Vgl. die Ausstellung online unter: <http://www.youtube-reader.com/>. Einen ähnlichen künstlerischen Ansatz erprobt auch das Projekt *YouTube Weekly Selection* des belgischen Künstlerkollektivs Leo Gabin, das seine kuratierte Sammlung aus thematisch miteinander verknüpften YouTube-Videos zur Selbstinszenierung von Jugendlichen im Rahmen der Ausstellung *Privat 2012* in der Schirn Kunsthalle Frankfurt ausstellte und sie im Online-Magazin *SchirnMag* einbetten ließ. Vgl. Leo Gabin: *YouTube Weekly Selection* (2012), Film/Video. Siehe die *YouTube Weekly Selection* und das daraus entstandene Werk *Hair Long* (2013), online unter: http://www.schirn-magazin.de/Leo_Gabins_Weekly_YouTube_Selection_5.html.

⁴⁶² Christian Kortmann: „Wir rufen die 110. Kann man das Internetportal YouTube ausstellen? Hannover, die Geburtsstadt des binären Zahlensystems, hat es versucht“. In: *Süddeutsche Zeitung* (27.01.2009), S. 13.

⁴⁶³ Siehe zum Beispiel die Auswahl von zehn Videofavoriten zum Thema Kunst und YouTube anlässlich des zehnten Geburtstags von YouTube im Kunstmagazin *Monopol*. O.V.: „Zehn Favoriten aus zehn Jahren YouTube. Das Videoportal YouTube wird zehn Jahre alt. Zehn Favoriten der Monopol-Redaktion“. In: *Monopol. Magazin für Kunst und Leben Online* (21.02.2015), online unter: <http://www.monopol-magazin.de/artikel/20109656/Zehn-Liebliche-aus-zehn-Jahren-YouTube.html>.

auf der künstlerischen Produktionsebene von Werken aus Medien- und Videokunst reflektiert.⁴⁶³ An der Videoinstallation *Mass Ornament* (2009) der US-amerikanischen Medienkünstlerin Natalie Bookchin wird ersichtlich, wie die Folgen von Urheberrechtsverletzungen in ihrer Found-Footage-Videokunst präsent bleiben und Teil des künstlerischen Prozesses selbst sind: Auf einem Splitscreen mit neun parallel laufenden YouTube-Videos sich selbst filmender Amateurtänzer fehlt kurzzeitig ein Teil der eingespielten Musik oder unter einem Video ist lediglich das Schriftinsert „The video has been removed by the user“ zu lesen.⁴⁶⁴ Eine solche Form von Medienreflexion ist zum Beispiel auch der aus zusammengeschnittenen YouTube-Videos bestehende Film *Insideout* (2010) der dänischen Videokünstlerin Tonje Alice Madsen, der beim Medienkunstfestival *transmediale 2013* in Berlin gezeigt wurde und die Entgrenzung von Privatsphäre und öffentlichem Raum auf YouTube thematisiert. Das Video *Night Visitor – The Night of Counting the Years* (2011) der Künstlerin Maha Maamoun war auf der *transmediale 2014* zu sehen und beinhaltet Found Footage aus YouTube-Videos zur Revolution in Ägypten. Den Stellenwert von Mobiltelefonen als ‚Zeitzeugen‘ reflektiert auch die Lecture-Performance *Pixelated Revolution* des libanesischen Künstlers Rabih Mroué. Sie wurde 2012 auf der *Documenta 13* gezeigt und bezieht sich auf die Aufstände in Syrien. Das ebenfalls von Rabih Mroué zusammen mit Lina Saneh inszenierte Theaterstück *33 rounds and a few seconds*, das beim *Grazer steirischen herbst* 2012 gezeigt wurde, reinszeniert zudem Facebook-Profile als handelnde Figuren auf der Bühne, womit er auf das ‚Nachleben‘ von Opfern der arabischen Aufstände in sozialen Netzwerken anspielt.⁴⁶⁵

Während die hier genannten Beispiele YouTube und die YouTube-Öffentlichkeit nur als Motive im Sinne einer Medienreflexion in ihre künstlerischen Produktionsprozesse einbinden, aber immer noch auf eine Rezeption im Museum, Theater oder auf Kunst- und Filmfestivals ausgelegt sind, sind die beiden folgenden Beispiele aus Tanz und Medienkunst Beispiele dafür, wie die YouTube-Öffentlichkeit als Kunstrezipient aktiv in Produktionsprozesse von Kunst und Tanz-

theater eingreifen kann. Dadurch wird der künstlerisch-konzeptionelle Prozess selbst zu einem offenen Netzwerk, dessen Dynamiken nur noch eingeschränkt von den Theater- und Kunsstoffendenden determiniert werden können: Im Vorfeld von Anne Teresa De Keersmaekers zunächst nicht ganz freiwillig entstandenen Tanztheater- und Videoprojekt *Re:Rosas! The fABULEUS Rosas Remix Project*, das auf YouTube zu sehen ist, klagt die belgische Choreografin die Sängerin Beyoncé zunächst des Plagiaten an.⁴⁶⁶ In ihrem Musikvideo *Countdown* (2011) habe Beyoncé bestimmte Tanzchoreografien aus ihrem Stück *Rosas danst rosas* von De Keersmaekers Kompanie Rosas von 1983 kopiert.⁴⁶⁷ Die Debatte inspiriert anschließend nicht nur andere Nutzer/innen zu neuen Mashups aus beiden Videos auf YouTube,⁴⁶⁸ sondern De Keersmaeker entwickelt zwei Jahre später selbst das Videoprojekt *Re:Rosas! The fABULEUS Rosas Remix Project* (2013) und lädt die YouTube-Öffentlichkeit explizit dazu ein, ihre Choreografie zuhause zu erlernen und Mitschnitte auf YouTube zu teilen.⁴⁶⁹ Der Unterschied zum Musikvideo von Beyoncé ist, dass diese Kopien der Choreografie von De Keersmaeker intendiert sind und sie selbst die YouTube-Öffentlichkeit einlädt, Co-Akteur in ihrer Choreografie zu sein. Das Videoprojekt *Man with a Movie Camera: The Global Remake* der US-amerikanischen Künstlerin Perry Bard, das beim bereits erwähnten Online-Wettbewerb *YouTube Play* unter den 25 gekürten Clips landete, ist noch partizipativer ausgelegt: Es spielt explizit mit dem Gedanken des unabgeschlossenen Crowdsourcing und ruft auf der Projektwebsite seit 2007 Internetnutzer/innen dazu auf, Videointerpretationen zu einzelnen Szenen des Films *Man with a Movie Camera* von Dsiga Wertow hochzuladen.⁴⁷⁰ Dieses Videomaterial lässt sie dann mit Hilfe einer Software per Schlagwort den jeweiligen Szenen des Films zuordnen und setzt sie so per Splitscreen zum Original von 1929 in Beziehung, um das Verhältnis der Bilder zueinander zu thematisieren. Das auf der Website abrufbare Werk ist nie abgeschlossen, die Software ordnet den einzelnen Szenen ständig wechselnde Uploads der Nutzer/innen zu, sodass jeden Tag eine neue Version des Mashups online zu sehen ist.

⁴⁶⁴ Vgl. Natalie Bookchin: *Mass Ornament* (2009), 1-Kanal-Videoinstallation. Vgl. einen Ausschnitt online unter: <http://vimeo.com/5403546> und das gleiche Video im YouTube-Kanal der Künstlerin, das hier allerdings statt *mass ornament* als *me dancing* betitelt wird, online unter: <http://youtu.be/CAIjpUATAWg>.

⁴⁶⁵ Vgl. zu weiteren Reinszenierungen des „Arabischen Frühlings“ im Theater: Khalid Amine: „Re-enacting Revolution and the New Public Sphere in Tunisia, Egypt and Morocco“. In: *Theatre Research International* 38 (2013), H. 2, S. 87–103.

⁴⁶⁶ Den Hinweis auf dieses Beispiel verdanke ich meiner Kollegin im Promotionsprogramm ProArt, Lisa Marie Bowler.

⁴⁶⁷ Vgl. James C. McKinley Jr.: „Beyoncé Accused of Plagiarism Over Video“. In: *Artsbeat.blogs.nytimes.com* (10.10.2011), online unter: http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2011/10/10/beyonce-accused-of-plagiarism-over-video/?_r=0.

⁴⁶⁸ Vgl. u.a. das YouTube-Video *Beyoncé vs. Anne Teresa De Keersmaeker (Copy or inspiration?)* auf YouTube online unter: <http://youtu.be/viSdHvJ9qRk>.

⁴⁶⁹ Vgl. das Videoprojekt auf YouTube online unter: http://www.youtube.com/playlist?list=PLiH_xu1h5rN-wan9zc3divV-9lynbnzNM6 und auf der eigenen Projektwebsite von De Keersmaeker online unter: <http://www.rosasdanstrosas.be/en-home/>.

⁴⁷⁰ Vgl. die Website des Videoprojekts online unter: <http://dziga.perrybard.net/>. Eine der Videoversionen von *Man with a Movie Camera: The Global Remake* ist auch online zu finden: <http://www.youtube.com/watch?v=uEykp9PsDkw&feature=share&list=UUOmCCO-8jYxUsT4Wdf-zag&index=3>.

Wie das Beispiel der Choreografin Anne Teresa De Keersmaecker zeigt, lassen sich nicht nur in der Medienkunst und im Bereich der Museen, sondern auch im Theater neuere Entwicklungen hinsichtlich der institutionellen Öffnung hin zum digitalen Raum beobachten. Zwar wird die Live-Übertragung von kompletten Schauspielinszenierungen im Internet zumindest in Deutschland kontrovers diskutiert,⁴⁷¹ aber zum Beispiel die *Twitter-Theater-Woche*, die 2013 in Kooperation mit mehreren deutschen Theatern stattfand, ist ein ‚Experiment‘ mit dem Ziel, die Online-Öffentlichkeit auf Twitter als Forum des Austauschs über die jeweils gezeigten Inszenierungen im Sinne einer partizipativen Theaterkritik einzubinden und die Diskurse über Theater online und offline durch Live-Tweets aus dem Zuschauerraum stärker miteinander zu verzahnen.⁴⁷² Die Inszenierung *Effi Briest 2.0* am Maxim Gorki Theater in Berlin 2012 richtet sich sogar zunächst *ausschließlich* an ein virtuelles Publikum, findet als „Facebook Live Performance“ eine Woche vor der Premiere im Theater statt und lässt sich als Mitschnitt auf YouTube ansehen.⁴⁷³ Die Interaktion zwischen den Figuren ist nur über die Kommentarfunktion in einer Facebook-Gruppe möglich, der „Maxim Gorki Online-Bühne“. Solch ein künstlerisches Verfahren, Theaterinszenierungen komplett im Internet stattfinden zu lassen, wird jedoch nicht erst seit der Einführung von sozialen Netzwerken wie YouTube beschritten, wie zum Beispiel Herbert Fritschs internetbasiertes Theaterprojekt *Hamlet X* von 2001 zeigt.⁴⁷⁴

Theater loten somit verschiedene Möglichkeiten aus, die Bühne um den digitalen Raum und die Netzwerköffentlichkeit zu erweitern. Dabei geht es allerdings nicht darum, das Theater komplett ins Internet zu verlagern. Detlef Brandenburg formuliert 2012 in der Zeitschrift *Die deutsche Bühne* den Kern des Diskurses rund um „Theater und digitale Wirklichkeit“: Die Frage „wie auch das Theater digitale Medien ‚nutzen‘ kann“, sei „vielleicht noch nicht einmal die wichtigste“ – es gehe „viel dringlicher darum, wie es sich gegenüber dieser ‚digitalen Wirklichkeit‘ positioniert“⁴⁷⁵. Auch im Folgenden wird der Schwerpunkt auf die Positionierung von Kunst und Theater in der

⁴⁷¹ Vgl. u.a. die Podiumsdiskussion „Schauspiel im Livestream – Fluch oder Segen?“ am 10.12.2014. Ein Videomitschnitt der Diskussion ist online unter: <http://www.boell.de/de/2014/12/03/theater-im-livestream>.

⁴⁷² Vgl. die Tweets online unter: <https://twitter.com/hashtag/TTW13> und zum Beispiel die Beschreibung der *Twitter-Theater-Woche* am Residenztheater München als eines der beteiligten Theater, online unter: <http://www.residenztheater.de/blogentry/premiere-twitter-theater-woche>.

⁴⁷³ Vgl. den Mitschnitt der *Facebook Live Performance*, seit 30.03.2012 online auf YouTube unter: <http://www.youtube.com/watch?v=qCtIB01iN8>. Siehe die „Maxim Gorki Online-Bühne“ auf Facebook online unter: <http://www.facebook.com/groups/MGTOB>. Die Online-Inszenierung wurde in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Jung von Matt konzipiert und fand am 09.01.2012 eine Woche vor der Theaterpremiere von *Effi Briest* am 12.01.2012 in der Regie von Jorinde Dröse am Maxim Gorki Theater in Berlin statt.

⁴⁷⁴ Vgl. die Projektwebsite online unter: <http://www.hamlet-x.de>. Siehe zu den Medienrelationen zwischen Theater und Internet in der Zeit vor dem Social Web ausführlich Julia Giesner: *Theater und Internet. Zum Verhältnis von Kultur und Technologie im Übergang zum 21. Jahrhundert*. Bielefeld: transcript 2005.

⁴⁷⁵ Detlef Brandenburg: „Editorial“. In: *Die Deutsche Bühne* 06 (2012), S. 3.

Netzwerköffentlichkeit gelegt und auf die Frage, welche zusätzlichen Diskurse dadurch initiiert werden, dass die künstlerischen Produktionsstrategien auf eine zerstreute Rezeption auf YouTube ausgerichtet sind, wie die Kapitel 7 bis 9 aufzeigen werden.

Um die Theateröffentlichkeit überhaupt mit anderen Öffentlichkeiten vernetzen zu können, müssen Balme zufolge allerdings zunächst die Grenzen des hermetisch geschlossenen, ästhetischen Theaterraums als rein private Kunstöffentlichkeit überwunden werden, zu der das Theater im Laufe des 20. Jahrhunderts avanciert sei. Damit habe es seine Rolle als öffentliche Sphäre des gesellschaftlichen Diskurses aufgegeben, die es bis ins 19. Jahrhundert innehatte:

*Today, the normal performance fare, no matter how innovative, taboo-breaking or transgressive, has little engagement with the public sphere. The very artistic achievements of the past century that have successfully transformed the theatre from a rowdy, potentially explosive gathering into a place of concentrated aesthetic absorption have been obtained at the cost of theatre's very publicness. The darkened auditorium has become to all intents and purposes a private space.*⁴⁷⁶

⁴⁷⁶ Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 3.

Um das Theater wieder im öffentlichen Diskurs zu verorten, ist die Auslotung der Grenzen des Rezeptionsraumes erforderlich, der dann über den „dunklen Zuschauerraum“⁴⁷⁷ innerhalb der Theaterinstitution hinausgeht. Beispiele für Kunstperformances in öffentlichen Räumen oder unter der Einbindung des Publikums sind nicht erst mit dem Internet entstanden, wie bereits die in Kapitel 2.2.2 erwähnten Beispielen zeigen. Auch die Stadt- und Schulprojekte der Münchner Kammerspiele – *Bunny Hill* (2004), *ILLEGAL* (2008), *Hauptschule der Freiheit* (2009) oder auch *Urban Prayers* (2013) – sowie das *Radioballett* des Regiekollektivs Ligna am Hamburger Hauptbahnhof (2002), das die Deutsche Bahn AG vergeblich zu verhindern suchte,⁴⁷⁸ zielen auf die Erweiterung der Theateröffentlichkeit ab. Die durch das Theater initiierten Diskurse verschmelzen dann mit aktuellen gesellschaftlichen, politischen, städtischen Diskursen. Explizit intermediale

⁴⁷⁷ Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 3.

⁴⁷⁸ Vgl. die Informationen im Blog von Ligna online unter: <http://ligna.blogspot.de/2009/12/radioballett.html> und vgl. Maike Dimar: „Handaufhalten verboten“. In: *taz.de* (12.05.2003), online unter: <http://www.taz.de/1/archiv/?id=archivseite&dig=2003/05/12/a0187>.

Performances können diese Tendenzen jedoch durch ein zerstreutes mediales Publikum verstärken.⁴⁷⁹ Frühe Beispiele sind die intermedialen Projekte von Rimini Protokoll, die auf lokale *und* globale Öffentlichkeiten ausgelegt sind: *Breaking News. Ein Tagesschauspiel* (2008), das die tägliche Bilder- und Nachrichtenflut reflektiert, und *Ciudades Paralelas – Parallele Städte* (2010), das den Alltag in acht verschiedenen Großstädten parallel dokumentiert,⁴⁸⁰ fokussieren anhand von Screens die Thematik der globalen Videovernetzung und sind auch ausschnittshaft auf YouTube zu finden, um eine weitere Reflexionsebene zu eröffnen. Auch hier werden die YouTube-Videos zu Knotenpunkten in der Netzwerköffentlichkeit. YouTube-Öffentlichkeit und Theateröffentlichkeit gehen ineinander über. Ein aktuelles Beispiel in dem Theateröffentlichkeit und Internet-Öffentlichkeit miteinander verschmelzen ist die Uraufführung *SUPERNERDS – Ein Überwachungsabend* (2015) am Schauspiel Köln, ein Rechercheprojekt zwischen Theateraufführung, politisch-künstlerischem Aktivismus und Computerspiel im Internet zum Thema digitale Überwachung, „inszeniert im TV, Theater & Web“⁴⁸¹.

Die Theateraufführung ist somit selbst ein Öffentlichkeitsakteur und das Theater damit kein geschlossenes selbstreferentielles Kunstsystem:

*First, theatrical performance should be seen as just one component of a wider public discussion and deliberation. Theatre productions can be regarded as agents in such processes, as nodes in a network rather than self-contained, originary works of art whose aesthetic function evaporates with the end of the performance.*⁴⁸²

Hier wird noch einmal deutlich, dass sich der Begriff der Theater- und Kunstöffentlichkeit von dem des unmittelbaren Theater- und Kunstpublikums unterscheidet und nicht auf die „audience as ‚public‘, a group of strangers who come together in the context of performance to witness, reflect and often dialogue“⁴⁸³ abzielt, sondern aus der *black box* des Theaterraums ausbricht beziehungsweise über das Museum

⁴⁷⁹ Vgl. Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 201.

⁴⁸⁰ Vgl. die Videos zu beiden Inszenierungen auf YouTube online unter: <http://youtu.be/l1f5eDGsfV8> und http://www.youtube.com/watch?v=w6pADKBdMgA&list=UUACHKstGYR3UxM_jkLntbag&feature=share&index=7.

⁴⁸¹ Siehe die Website zur Inszenierung online unter: www.supernerds.tv. Die Uraufführung am 28.05.2015 am Schauspiel Köln wurde online gestreamt und von einer Live-Sendung des WDR begleitet, die mit Expertengesprächen zum Thema immer wieder auf der Bühne zugeschaltet wurde. Vgl. zu diesem Beispiel auch Cseke; Knüppel: „Forschen am Spielfeldrand“, S. 304ff.

⁴⁸² Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 201.

⁴⁸³ Laura Levin; Marlis Schweitzer: „Editorial Performing Publics“. In: *Theater Research International* 16 (2011), H. 2, S. 1–6.

hinausgeht, um hier dementsprechend „die Wände des White Cube zu sprengen“⁴⁸⁴. Solch eine Unterscheidung trifft bereits Ferdinand Tönnies in seiner 1922 erschienenen Schrift *Kritik der öffentlichen Meinung*, wenn er das im Theater beziehungsweise im Kino anwesende Publikum vom „großen Publikum“, das die Medien einschließt, unterscheidet und letzteres als das „politische Publikum“ bezeichnet.⁴⁸⁵ Ähnlich konstatiert Neidhardt: „Öffentlichkeit entsteht dort, wo ein Sprecher vor einem Publikum kommuniziert, dessen Grenzen er nicht bestimmen kann.“⁴⁸⁶

Wie sich diese Grenzen zwischen Theateröffentlichkeit und religiöser Öffentlichkeit auflösen können, indem sich Diskurse in der Netzwerköffentlichkeit verselbständigen, zeigen die Proteste von konservativen katholischen Organisationen anlässlich der Inszenierung *Sul concetto di volto nel figlio di Dio* [Über das Konzept des Angesichts bei Gottes Sohn] des italienischen Regisseurs Romeo Castellucci mit der Theatergruppe Societas Raffaello Sanzio im Oktober 2011 in Paris.⁴⁸⁷ Die Protestakteur/innen besetzten während der Aufführung die Bühne und produzierten Protestvideos explizit für die YouTube-Öffentlichkeit mit Stellungnahmen gegen die Inhalte und Bildmotive des Stücks.⁴⁸⁸ Auch bei vorhergehenden Aufführungen in Italien gab es Proteste auf der Straße, und anlässlich der Aufführung im Hebbel am Ufer in Berlin sprach sich ein katholischer Kardinal öffentlich in der *Bild-Zeitung* gegen die Inszenierung aus.⁴⁸⁹ Die Protestvideos auf YouTube und die mediale Berichterstattung im Internet halten die Vermischung von Theateröffentlichkeit und religiöser, gesellschaftlicher Öffentlichkeit aufrecht. Das Inszenierungskonzept wird so nicht nur vom live präsenten Theaterpublikum vor Ort diskutiert, sondern auch von der YouTube-Öffentlichkeit, die die Diskurse spiegelt. Diese werden vor allem durch den Akteur YouTube als digitales Archiv auch im Anschluss an das transitorische Theatererlebnis auf verschiedenen Diskursebenen inner- und außerhalb von YouTube weitergeführt. Diese zentrale Rolle von YouTube bei Protesten in der Theateröffentlichkeit lässt sich auch anhand eines weiteren Beispiels belegen.

⁴⁸⁴ Geert Lovink: *Zero Comments. Elemente einer kritischen Internetkultur*. Bielefeld: transcript 2008, S. 85.

⁴⁸⁵ Vgl. Ferdinand Tönnies: *Kritik der öffentlichen Meinung*. Berlin: Springer 1922, S. 83–85.

⁴⁸⁶ Vgl. Neidhardt: „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“, S. 10. Vgl. außerdem zur Unabgeschlossenheit der Zielgruppe bei öffentlicher Kommunikation Gerhard Maletzke: *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut 1972, S. 24.

⁴⁸⁷ Vgl. zu diesem Fallbeispiel auch Sandra D'Urso: „On the Theology of Romeo Castellucci's Theatre and the Politics of the Christian ‚Occupation‘ of His Stage“. In: *Theatre Research International* 38 (2013), H. 1, S. 34–46 sowie Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S.157–168.

⁴⁸⁸ Vgl. das YouTube-Video der rechten katholischen Organisation *Renouveau français: Des jeunes du Renouveau Français interrompent Castellucci*, das die Proteste im Bühnenraum zeigt, sowie die Videoproteste der Initiative und die Petition *défendons le christ: Spectacle Blasphématoire – un jeune militant d'Action Française écrasé par un car de police*, beide Videos online unter: <http://youtu.be/gwZEz5QCOTs> und <http://youtu.be/EuPCF23BeJl>.

⁴⁸⁹ Vgl. Ronja Brier; Jörg Löbker: „Vatikan protestiert gegen Berliner Skandalstück“. In: *Bild.de*, (05.03.2012), online unter: <http://www.bild.de/regional/berlin/theater/vatikan-protestiert-gegen-skandalstueck-im-hau-22964432.bild.html?wtmc=go.off.edpick>.

⁴⁹⁰ Vgl. die Ankündigung des Stücks auf der Website des Festivals *Foreign Affairs* 2012, online unter: http://www.berlinerfestspiele.de/de/aktuell/festivals/foreign_affairs/archiv_fa12/fa12_programm_gesamt/fa12_veranstaltungsde-tail_46578.php.

⁴⁹¹ Die Plattform Bühnenwatch gegen Rassismus auf Theaterbühnen hat zum Beispiel am 29.09.2012 eine Petition gegen die Inszenierung gestartet, vgl. online unter: <http://buehnenwatch.com/unsere-position-zum-projekt-exhibit-b-von-brett-bailey-bei-den-berliner-festspielen-2012/>.

⁴⁹² Die Performance wurde in London vorzeitig abgesetzt, in Paris wurden während der Vorstellung 250 Polizisten vor dem Théâtre Gérard Philipe de Saint-Denis eingesetzt, die das Gebäude versperrten, was die Zahl der Demonstranten sogar erhöhte. Vgl. die Berichterstattung zu den Protesten in Paris auf nachtkritik.de: Simone Kaempf: „Großes Polizeiaufgebot“. In: *nachtkritik.de* (03.12.2014), online unter: http://www.nachtkritik.de/index.php?option=com_content&view=article&id=10297:proteste-in-paris-gegen-brett-baileys-qexibit-bq-&catid=126:meldungen-k&Itemid=100089, die YouTube-Videos zu den Protesten aus Paris, u.a. online unter: <http://youtu.be/oXf9mAMZbm0> sowie die Berichterstattung zur Absetzung des Stücks in London: Daisy Wyatt: „Exhibit B ‚human zoo‘ show cancelled by the Barbican following campaigner protest“. In: *independent.co.uk* (24.09.2014), online unter: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/news/exhibit-b-human-zoo-show-cancelled-by-the-barbican-following-protest-9753519.html>.

Besonders gut deutlich wird an ihm zudem die Unvorhersehbarkeit von Diskurs- und Protestverläufen je nach Ort, Kontext und Zeit: Die umstrittene Performance *Exhibit B* des südafrikanischen Künstlers Brett Bailey, die an der Schnittstelle von Performance und Kunstinstitution angesiedelt ist, reinszeniert die Kolonialgeschichte Afrikas als „theatrale Begegnung mit ‚lebenden‘ Exponaten“⁴⁹⁰ und arrangiert somit mehrere aneinandergereihte Tableaux vivants. Die Aufführung hat beim Theaterfestival *Foreign Affairs* in Berlin 2012 bereits zu Diskussionen und Kritik geführt,⁴⁹¹ die aber innerhalb des Theater- und Festivalpublikums verankert blieben. Die Aufführungen im September 2014 in London und im November und Dezember 2014 in Paris wurden hingegen von massiven Protesten der Bevölkerung begleitet, die dem Künstler Rassismus vorwarf.⁴⁹² Ähnlich wie bei Castelluccis Performance intensivieren sich Straßenprotest und Online-Protest gegenseitig durch die auf Facebook kommunizierte Stellungnahme des Künstlers,⁴⁹³ sowie durch Online-Petitionen und YouTube-Videos, die zum Beispiel auch das Eingreifen der französischen Polizei während der Proteste vor dem Theaterhaus in Paris dokumentieren.⁴⁹⁴

Dieses und das letzte Kapitel 3.3.2 veranschaulichten Praktiken in Protest, Kunst und Theater, bei denen über die Handlungsinitiative YouTubes verschiedene Teilöffentlichkeiten ineinander übergehen und Teil der Netzwerköffentlichkeit werden. Als Abschluss von Kapitel 3 sollen die Diskursordnungen auf YouTube als Akteur von Inszenierungen zusammengefasst werden, die durch bestimmte Rahmenbedingungen erheblichen Einfluss auf die geführten Diskurse – nicht nur, aber insbesondere – in der politischen Öffentlichkeit haben. Diese müssen bei Rückschlüssen, die aus den empirischen Inhaltsanalysen der Videokommentare gezogen werden, stets im Blick behalten werden.

3.3.4 Rahmenbedingungen für die Analyse der YouTube-Öffentlichkeit: Diskursordnungen durch YouTube

Nach der ersten Euphorie in der Presse⁴⁹⁵ und Forschungsliteratur Mitte der 2000er Jahre werden die Partizipationsmöglichkeiten auf Plattformen wie YouTube, Facebook oder Twitter nicht mehr unkritisch als Siegeszug über die Produktions- und Rezeptionsstrukturen im monodirektionalen Fernsehen gesehen. Bertolt Brechts Forderung nach einem partizipativen Rundfunk⁴⁹⁶ und Hans Magnus Enzensbergers erneutes Plädoyer für einen emanzipatorischen Mediengebrauch von 1970⁴⁹⁷ scheinen nicht uneingeschränkt in Erfüllung zu gehen: Die Monopolstellung von Google und Facebook, ihre Macht über Nutzerdaten sowie der Abhörskandal der NSA stehen der Anonymität des Internets entgegen, die Anfang der 2000er Jahre noch sehr geschätzt wurde.⁴⁹⁸ Insbesondere im Kontext der NSA-Affäre gewinnt Evgeny Morozovs bereits 2011 veröffentlichtes Buch *The Net Delusion. How not to Liberate the World* einen neuen Stellenwert und klingt wie eine wahrgewordene Vorahnung. Der weißrussische Wissenschaftler und Blogger kritisiert, dass die Freiheit der Bürger/innen im Internet eine Illusion sei und sie vielmehr den Abhörtechniken und Zensurpraktiken autoritärer Regimes ausgeliefert seien.⁴⁹⁹ Im Kontext von politischen Protesten im Internet wird außerdem das sogenannte *slacktivism* kritisiert, das Online-Aktivismus als reine kommunikative ‚Gewissensberuhigung‘ ansieht, wodurch tatsächliche politische Handlungen oft ausblieben.⁵⁰⁰

Hier wird deutlich, dass einige Argumente der Internetkritiker/innen, die in Kapitel 3.2.1 zusammengefasst wurden, immer wieder neu entfacht werden, wie zum Beispiel die Kritik an der Zensur durch Behörden, an Manipulationen der Online-Öffentlichkeit durch Diskussionsroboter oder Zweifel an der tatsächlichen politischen Relevanz des Online-Aktivismus, dessen Effektivität durch die digitale Spaltung wieder abgeschwächt werde. Die „grundsätzlichen Pole der Debatte“ zwischen Kritiker/innen und Befürworter/innen der Potenziale des Internets für die politische Öffentlichkeit „haben sich in ihrer

⁴⁹³ Vgl. die Stellungnahme vom 29.11.2014 auf Brett Baileys Facebook-Seite, online unter: <https://www.facebook.com/brett.bailey.543/posts/10205249583468120.0>.

⁴⁹⁴ Vgl. das YouTube-Video online unter: <http://youtu.be/oxf9mAMZbm0>.

⁴⁹⁵ Siehe zum Beispiel das Cover des *Time* Magazins im Dezember 2006, das „You“ – den/die Leser/in – zur Person des Jahres 2006 kürt.

⁴⁹⁶ Vgl. Bertolt Brecht: „Radiotheorie“. In: Ders.: *Schriften zur Literatur und Kunst*. 3Bde. Bd. 1 [1920–1932]. Frankfurt: Suhrkamp 1967, S. 121–140, hier S. 134f.

⁴⁹⁷ Vgl. Hans Magnus Enzensberger: „Baukasten zu einer Theorie der Medien“. In: *Kursbuch* 20 (1970), S. 159–186, hier S. 160.

⁴⁹⁸ Vgl. u.a. Bohman: „Expanding dialogue“, S. 138.

⁴⁹⁹ Vgl. Evgeny Morozov: *The Net Delusion. How not to Liberate the World*. London: Allen Lane 2011. S. xiv ff. („Introduction“), S. 28 und S. 85ff.

⁵⁰⁰ Die Kampagne *Kony 2012* wird häufig als Beispiel für *slacktivism* genannt, vgl. Sarah Kendzior: „The subjectivity of slacktivism“. In: *Aljazeera.com* (05.04.2012), online unter: <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2012/04/201244114223946160.html>. *Kony 2012* machte mit einem YouTube-Video auf die Verbrechen des ugandischen Rebellenführers Joseph Kony aufmerksam. Das Video wurde zwar innerhalb weniger Tage millionenfach aufgerufen, aber für seine die Realität verfälschenden Narrative von der Presse scharf kritisiert. Zudem wurde die Effektivität des Videos hinterfragt. Vgl. auch Mike Pflanz: „Joseph Kony 2012: growing outrage in Uganda over film“. In: *Telegraph.co.uk* (08.03.2012), online unter:

<http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/africaandindianocean/uganda/9131469/Joseph-Kony-2012-growing-outrage-in-Uganda-over-film.html> und Simone Schindwein: „Schwarzer Teufel und weiße Heilige“. In: *taz.de* (09.03.2012), online unter: <http://www.taz.de/Video-der-Woche/189319/>. Die Kampagne hat zahlreiche Internet-Memes zum slacktivism ausgelöst: Neta Klügler-Vilenchik; Kjerstin Thorson: „Good citizenship as a frame contest: Kony2012, memes, and critiques of the networked citizen“. In: *New Media & Society* 18 (2016), H. 9, S. 1993–2011.

⁵⁰¹ Vgl. Jungherr: „Das Internet in der politischen Kommunikation“, S. 288.

⁵⁰² Marshall McLuhan: *Die magischen Kanäle. Understanding Media*. Dresden/Basel: Verlag der Kunst, 2. erw. Auflage, 1995 [1964], S. 17.

⁵⁰³ Vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2016: „Multimedienutzung“, online unter: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=550>.

⁵⁰⁴ Alle Länder und Sprachen, in denen YouTube verfügbar ist, sind auf der YouTube-Startseite ganz unten gelistet, online unter: <http://www.youtube.com/?hl=de&gl=DE>.

⁵⁰⁵ Vgl. Nancy Fraser: „Transnationalizing the Public Sphere. On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World“. In: *Theory, Culture & Society* 24 (2007), H. 4, S. 7–30, hier S. 7.

Grundstruktur seit den frühen Tagen des Netzes nicht wesentlich verändert“, sondern wiederholen sich mit jeder technischen Neuerung, wie Jungherr zusammenfasst.⁵⁰¹

Insbesondere in Bezug auf Proteste und politische Aktionen auf YouTube stellt sich also die Frage, wer überhaupt von *wo* an *welchen* Diskursen in der YouTube-Öffentlichkeit als Akteur/in teilhaben kann. Was Marshall McLuhan bereits 1964 in Bezug auf die Auswirkungen elektronischer Medien formuliert, trifft zwar auch auf die Aggregation unterschiedlichster Videos, Kommentare und Nutzerinteraktionen zu, die die Welt zum „Dorf“ macht, denn die „elektrische Geschwindigkeit [...] hat die Verantwortung des Menschen in erhöhtem Maße bewusst werden lassen“⁵⁰². Die YouTube-Öffentlichkeit ist aber eine sehr selektive Öffentlichkeit, die sowohl von YouTube selbst als auch von anderen Akteur/innen und Rahmenbedingungen beeinflusst wird. Laut der auf Deutschland bezogenen *ARD/ZDF-Onlinestudie 2016* nutzen nur 40% der befragten Online-Nutzer/innen „mindestens einmal wöchentlich“ Videoportale im Internet. Wenn man nur die Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen betrachtet, sind es schon 79%. Die Nutzerzahlen nehmen dann allerdings mit zunehmendem Alter der Befragten drastisch ab. „Täglich“ nutzen nur 12% aller befragten Nutzer/innen die Angebote von Videoportalen.⁵⁰³ Außerdem ist die YouTube-Website in vielen Ländern nicht aufrufbar, sodass nicht jeder die Möglichkeit hat, auf der Videoplattform präsent zu sein. YouTube ist nicht nur in denjenigen Regionen nicht verfügbar, welche die technischen Ressourcen wie einen Breitbandanschluss nicht anbieten können, sondern die Website wird in einigen Ländern auch staatlich zensiert, wie zum Beispiel in China oder Iran.⁵⁰⁴ In diesem Zusammenhang muss daher insbesondere in Bezug auf Protestnetzwerke Frasers Warnung von 2007 ins Gedächtnis gerufen werden, dass nicht alle vernetzten Öffentlichkeiten automatisch als transnationale Öffentlichkeiten mit Überwindung von nationalstaatlichen Grenzen angesehen werden dürfen.⁵⁰⁵ Sogar in den Ländern, in denen die YouTube-Website aufrufbar ist, variieren die gezeigten Videoinhalte und rechtlichen

Regelungen.⁵⁰⁶ Das bereits erwähnte und im Juni 2017 beschlossene Netzwerkdurchsetzungsgesetz wird in Deutschland die Videoinhalte und Kommentarspalten in sozialen Netzwerken verändern. YouTube wird zu eigenen Selektionsmechanismen allerdings nicht nur per Gesetz gezwungen, sondern hat beispielsweise 2014 eigenmächtig eine Sonderregelung für das britische Innenministerium eingeführt, der zufolge von diesem beanstandete, also „gemeldete“ Videos vorrangig von der Videoplattform überprüft und gegebenenfalls gelöscht werden sollen.⁵⁰⁷

Solche *Rahmenbedingungen*, die das Internet als Kommunikationsraum charakterisieren, müssen berücksichtigt werden, wenn der Diskursbegriff Foucaults für die Analyse der YouTube-Öffentlichkeit angewandt wird. Für den Kontext der vorliegenden Studie gilt es somit, diejenigen *Diskursordnungen* genauer zu beleuchten und offenzulegen, die YouTube und die jeweiligen Betreiber/innen der Videokanäle vornehmen und dadurch die Diskursebenen der Videos und der Kommentare selbst beeinflussen. Dafür wird im Folgenden noch einmal die Rolle YouTubes als Dispositiv und Display der Videos fokussiert, die für die *Strukturierung* und *Selektion* derjenigen Diskurse verantwortlich ist, die in der YouTube-Öffentlichkeit überhaupt verhandelt werden (können). Foucault beschreibt solche Eingriffe in seinem Werk *Die Ordnung des Diskurses* als „Prozeduren, die als Klassifikations-, Anordnungs-, Verteilungsprinzipien wirken“⁵⁰⁸. In seiner Eigenschaft als mediales Dispositiv und Display der Videos macht sich YouTube nicht nur auf der Metaebene der Videos bemerkbar, indem sie von der Plattform mit textuellen Rahmungen, wie zum Beispiel den Zugriffszahlen und Likes als Paratexten⁵⁰⁹ versehen werden, wie es bereits in Kapitel 2.3.2 beschrieben wurde. Die mediale Handlungsmacht⁵¹⁰ des Akteurs YouTube und auch die der Kanaleigentümer/innen macht sich zum Beispiel durch Löschungen von Videos und Kommentaren⁵¹¹ bemerkbar. YouTube greift somit in die YouTube-Öffentlichkeit ein, macht aber seine Strategien und Kriterien, nach denen Videos entfernt werden, nicht immer transparent.⁵¹² Diese „Macht der Algorithmen“

⁵⁰⁶ Vgl. dazu u.a.: Kai Biermann: „Nicht Google sollte die Filter-Regeln bestimmen“. In: *Zeit Online* (27.09.2012), online unter: <http://www.zeit.de/digital/internet/2012-09/youtube-google-mohammed>.

⁵⁰⁷ Vgl. Markus Böhm: „YouTube: Britische Sicherheitsbehörden dürfen sich bevorzugt beschweren“. In: *Spiegel Online* (14.03.2014), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/grossbritannien-youtube-gibt-innenministerium-sonderrechte-a-958607.html>.

⁵⁰⁸ Michel Foucault: *Die Ordnung des Diskurses* [*L'ordre du discours*, 1972]. Aus dem Französischen von Walter Seitter. München: Fischer Taschenbuch Verlag, 12. Auflage, 2012, S. 17.

⁵⁰⁹ Paratexte sind laut Gérard Genette „das Beiwerk, durch das ein Text zum Buch wird“. Gérard Genette: *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*. Frankfurt / New York: Campus-Verlag 1989, S. 10.

⁵¹⁰ In der Forschungsliteratur wird über die Macht der Medien und ihren Einfluss auf die Politik bereits seit Jahren vielfach diskutiert. Vgl. u.a. Gerhard Vowe; Marco Dohle: „Welche Macht wird Medien zugeschrieben? Das Verhältnis von Medien und Politik im Spiegel der Mediationsdebatte“. In: Michael Jäcker; Manfred Mai (Hrsg.): *Medienmacht und Gesellschaft. Zum Wandel öffentlicher Kommunikation*. Campus Verlag: Frankfurt am Main / New York 2008, S. 11–36, hier S. 11. Vgl. auch Andreas Hepp; Rainer Winter (Hrsg.): *Kultur-Medien-Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag, 3. überarb. und erw. Auflage, 2006.

⁵¹¹ Wie in Kapitel 5 zu sehen sein wird, wurde bis vor einigen Jahren immer noch der/die Nutzer/in, der/die den gelöschten Kommentar verfasst

hatte, angezeigt, samt der Meldung: „Dieser Kommentar wurde gelöscht“ bzw. „dieser Kommentar wurde als Spam gekennzeichnet“. Im aktuellen YouTube-Display ist das nicht mehr der Fall.

⁵¹² Vgl. dazu: Ann-Kathrin Eckardt; Mirjam Hauck: „Illegale YouTube-Videos. Bändiger des Bösen“. In: *Süddeutsche.de* (15.02.2015), online unter: <http://www.sueddeutsche.de/digital/illegale-youtube-videos-baendiger-des-boesen-1.2349570>. Die Spannweite der möglichen Videoinhalte (unter Ausschluss von zum Beispiel rassistischen oder pornografischen Inhalten) ist, wie bereits erwähnt, in den „Community Richtlinien“ geregelt. Dennoch ist die Grenze zwischen Videos, die zensiert werden, und denjenigen, die mit ähnlichen Inhalten online sind, nicht immer nachvollziehbar.

⁵¹³ Vgl. hierzu Jeanette Hofmann: „Demokratie im Datenkapitalismus. Das Verhältnis von Medien und Macht muss neu vermessene werden“. In: *WZB Mitteilungen: Digital. Wie Arbeit, Leben, Forschung sich und uns verändern* (2017), H. 155, S. 14-17, hier S. 15, online unter: <https://bibliothek.wzb.eu/artikel/2017/f-20465.pdf>.

⁵¹⁴ Geert Lovink: *Im Bann der Plattformen. Die nächste Runde der Netzkritik*. Aus dem Englischen von Andreas Kallfelz. Bielefeld: transcript 2017, S. 13.

⁵¹⁵ Strangelove: *Watching YouTube*, S. 191. Vgl. ähnlich auch: Reichert: *Die Macht der Vielen*, S. 157.

⁵¹⁶ Foucault: *Die Ordnung des Diskurses*, S.10f.

⁵¹⁷ Giorgio Agamben: *Was ist ein Dispositiv? [Che cos'è un dispositivo?]*, 2006]. Aus dem Italienischen von Andreas Hiepko. Zürich/Berlin: Diaphanes 2008, S. 26. Vgl. zum

bei der Selektion von Inhalten ist bei allen sozialen Netzwerken als Anbieter von Kommunikationsplattformen stark präsent.⁵¹³ Während Lovink den Begriff des „Plattform-Kapitalismus“⁵¹⁴ als übergreifendes Phänomen im Social Web aufgreift, formuliert Strangelove bezüglich YouTube: „YouTube is many things, but it is not a democracy. It is a privately owned capitalist fiefdom. The minute we lose sight of that reality, we give ourselves over to YouTube's own propaganda.“⁵¹⁵

Dieser Aspekt der Machtausübung durch „Prozeduren der *Ausschließung*“ wird von Foucault wie folgt beschrieben: „Ich setze voraus, daß in jeder Gesellschaft die Produktion des Diskurses zugleich kontrolliert, selektiert, organisiert und kanalisiert [wird].“⁵¹⁶ In seiner Rezeption Foucaults hebt Giorgio Agamben die allgegenwärtige Präsenz verschiedener machtausübender Dispositive noch stärker hervor und erweitert Foucaults Begriff:

*Ich möchte als die schon sehr umfangreiche Klasse der Foucaultschen Dispositive noch weiter verallgemeinern: Als Dispositiv bezeichne ich alles, was irgendwie dazu imstande ist, die Gesten, das Betragen, die Meinungen und die Reden der Lebewesen zu ergreifen, zu lenken, zu bestimmen, zu hemmen, zu formen, zu kontrollieren und zu sichern.*⁵¹⁷

Ein Beispiel für diese Art von YouTubes Handlungsmacht im Bereich der Videoselektion war der sieben Jahre dauernde Rechtsstreit zwischen der deutschen GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte) und YouTube bezüglich Urheberrechtsverletzungen in hochgeladenen Musikvideos, bei dem es Ende 2016 eine Einigung gab. Über die Höhe der Abgabe, die YouTube an die GEMA bezahlen soll, ist jedoch Stillschweigen vereinbart worden.⁵¹⁸ Vor dieser Einigung zeigte ein Vergleich zwischen den YouTube-Inhalten in Deutschland und denen in den USA: In Deutschland lag die Quote der gesperrten Clips unter den 1.000 beliebtesten Videos bei 61,5%, in den USA hingegen wurden nur 0,9% der Videos aus diesen Gründen von YouTube gesperrt.⁵¹⁹ Um der Forderung der GEMA nicht nachkommen zu müssen, pro

angeklicktem Video mit Musikinhalten einen bestimmten Betrag zu zahlen, blendete YouTube von sich aus ‚vorsorglich‘ die folgende Meldung ein: „Dieses Video ist in Deutschland leider nicht verfügbar, da es Musik enthalten könnte, über deren Verwendung wir uns mit der Gema bisher nicht einigen konnten.“⁵²⁰ Vor allem bei der vorläufigen Sperrung von Livestreams der Proteste in der Ukraine Anfang 2014, in denen Musik zu hören war, ist solch ein Eingriff YouTubes auf die von Nutzer/innen hochgeladenen Videoinhalte scharf kritisiert worden.⁵²¹ Die Gegenöffentlichkeit der YouTube-Nutzer/innen hatte allerdings schon reagiert und für die gesperrten Videos den *YouTube Unblocker*⁵²² als Add-on für verschiedene Browser eingeführt, der die Videos über eine Umleitung der deutschen IP-Adresse auf ausländische Proxyserver auch innerhalb Deutschlands abrufbar machte.

Neben der Selektion auf der Ebene der Videos selbst sind YouTube Praktiken der Diskursordnung auch im Bereich der Videokommentare offensichtlich: Die von YouTube im November 2013 eingeführte neue Kommentarfunktion wird im YouTube-eigenen Blog als vermeintliche Optimierung und Verbesserung für Nutzer/innen angepriesen, obwohl sich dahinter in Wirklichkeit eine Einschränkung für sie verbirgt: „Turning comments into conversations that matter to you“⁵²³, lautet der Slogan. Videokommentare von Personen, die man kennt, von berühmten Persönlichkeiten oder die Kommentare der Videoproduzent/innen selbst erscheinen bei der vorgestellten Sortierung durch YouTube ganz oben. Zwischen 2013 und 2015 mussten Nutzer/innen, die kommentieren wollten, sich zudem im sozialen Netzwerk Google+ anmelden, und Videokommentare von Mitgliedern wurden zusätzlich zu YouTube auch auf diesem sozialen Netzwerk von Google angezeigt. Diese Verknüpfung der beiden Plattformen ist mittlerweile wieder aufgehoben worden.⁵²⁴ Das heißt, die Zugangsbarrieren zum Kommentieren und auch nur zum Lesen von Kommentaren können erhöht werden: „Join the conversation publicly or privately.“⁵²⁵ Somit kann jede/r vorab einstellen, nur noch Kommentare von jenen Nutzer/innen lesen zu wollen, die

Machtbegriff Foucaults auch: Michel Foucault: *Sexualität und Wahrheit I: Wille zum Wissen* [Histoire de la sexualité: La volonté de savoir, 1976]. Aus dem Französischen von Ulrich Raulf und Walter Seitter. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1977, S. 113f.

⁵¹⁸ Fabian Reinhold; Angela Gruber: „Was das Ende des Dauerstreits für YouTube-Nutzer bedeutet“. In: *Spiegel Online* (01.11.2016), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/gema-und-youtube-einigen-sich-das-aendert-sich-fuer-deutsche-Nutzer-a-1119200.html>.

⁵¹⁹ Vgl. Ole Reissmann: „Gema-Streit: YouTube sperrt jedes zweite angesagte Video“. In: *Spiegel Online* (28.01.2013), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/gema-streit-youtube-sperrt-61-5-prozent-der-angesagtesten-videos-a-880005.html>.

⁵²⁰ Die von YouTube eingeblendete Meldung bei diesen gesperrten Videos lautete vorher: „Dieses Video ist in Deutschland leider nicht verfügbar, da es möglicherweise Musik enthält, für die die erforderlichen Musikrechte von der GEMA nicht eingeräumt wurden.“ Am 25.02.2014 wurde diese Meldung vom Landesgericht München jedoch als rechtswidrig eingestuft, da sie den Eindruck erwecke, die GEMA würde selbst die Videos sperren, was aber nicht der Fall war. Vgl. Konrad Lischka; Ole Reissmann: „Google-Dienst: Landgericht München nennt YouTube-Sperrhinweis illegal“. In: *Spiegel Online* (25.02.2014), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/landgericht-muenchen-nennt-youtube-sperrhinweis-illegal-a-955588.html>. Vgl. dazu auch die Online-Diskursanalyse des Falles in: Philip Stade: „This video is not available in Germany“. Online discourses on the German

collecting society GEMA and YouTube". In: *First Monday* 19 (2014), H. 10, online unter: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5548/4127>.

⁵²¹ Vgl. dazu Jörgen Camrath: „Youtube gibt Ukraine-Streams frei“. In: *Blog WJS Tech des Wall Street Journal* (19.02.2014), online unter: <http://blogs.wsj.de/wsj-tech/2014/02/19/youtube-gema-streams/>.

⁵²² Vgl. die Website der Software online unter: <http://www.unblocker.yt/de/youtube-unblocker-chrome/>.

⁵²³ Vgl. die Meldung „Turning comments into conversations that matter to you“ im *YouTube Official Blog*, eingestellt am 06.11.2013, online unter: <http://youtube-global.blogspot.de/2013/11/youtube-new-comments.html>.

⁵²⁴ Siehe zu diesen Veränderungen die Meldung „Everything in its right place“ im *Blog von Google Official Blog*, eingestellt am 27.07.2015, online unter: <https://googleblog.blogspot.de/2015/07/everything-in-its-right-place.html>.

⁵²⁵ YouTube-Blog: „Turning comments into conversations that matter to you“ (online).

⁵²⁶ YouTube-Blog: „Turning comments into conversations that matter to you“ (online).

⁵²⁷ Der Umgang mit rechtsextremen Kommentaren und mit Provokateur/innen und die damit verbundene Schließung von Kommentarforen, wie sie die *Süddeutsche Zeitung* bereits auf ihrer Website vorgenommen hat, werden auch im Online-Journalismus kontrovers diskutiert. Die *Süddeutsche Zeitung* ermöglicht nur noch Diskussionen in den sozialen Netzwerken und im Rahmen von ausgewählten, moderierten Sitzungen im einem „Extraforum“, vgl. dazu u.a.: Anne Fromm:

ihm/ihr schon bekannt sind. Die chronologische Sortierung aller Kommentare, wie sie früher üblich war, muss von den Nutzer/innen nun manuell eingestellt werden. Gerade in Fällen von Videos, die zu Zwecken der Information, zur Mobilisierung und zur Initiierung von politischen Debatten auf YouTube gestellt werden, müssen diese Einstellungen bei den Akteur/innen der YouTube-Öffentlichkeit bekannt sein und kritisch reflektiert werden, um zum Beispiel dem eigenen Protestanliegen gerecht zu werden. Durch diese Lenkung des entstehenden Kommunikations- und Partizipationsraumes und die zeitweise sehr enge Anbindung an das soziale Netzwerk Google+ wird die Eigenschaft YouTubes als Dispositiv in den Jahren seit der Gründung der Plattform immer stärker sichtbar. Auch der Einfluss der Videoproduzent/innen auf den Kommentarbereich wird durch YouTube selbst erhöht: „Easily moderate comments: If you also post videos on your channel, you'll have new tools to review comments before they're posted, block certain words or save time by auto-approving comments from certain fans.“⁵²⁶ Kanaleigentümer/innen können zwar dadurch einerseits rechtsextreme Kommentare zu ihren Videos schneller sehen und löschen,⁵²⁷ andererseits auch die Debatte, die die Videos initiieren, gegebenenfalls in ihrem Sinn beeinflussen und steuern. Unternehmen, die mit YouTube-Videos Marketing betreiben, können sogar Software und Dienstleistungen von externen Anbietern erwerben, um die Anzahl der eigenen Klickzahlen und sogar die Kommentarinhalte zu ihren hochgeladenen Videos selbst zu steuern, wie zum Beispiel die Software YouTube-Comment Poster-Bot – YouTube Commenting Software, die zu Werbezwecken Videokommentare generieren kann.⁵²⁸ Solche Manipulationen der Online-Öffentlichkeit sind im Zuge der US-amerikanischen Wahlen 2016 scharf kritisiert worden, wie bereits in Kapitel 1 erörtert wurde.

Unmittelbar nach YouTubes Ankündigung im September 2013, eine neue Kommentarfunktion einführen zu wollen, wurde diese in der Presse aufgegriffen⁵²⁹, und nach der Einführung im November hat sich innerhalb der YouTube-Öffentlichkeit sogar ein virtueller Protest

formiert, der sich durch Protestvideos⁵³⁰, negative Kommentare, eine Online-Petition⁵³¹ und durch die virale Verbreitung kleiner Bilder aus Sonderzeichen, ASCII genannt, bemerkbar macht. Hiermit bildete sich als eine Art Metakritik *am Netz im Netz* eine alternative (Gegen-) Öffentlichkeit zu den institutionellen Praktiken von YouTube heraus.

Durch den Einsatz des ASCII-Motivs „Bob und der Panzer“⁵³² als ein nonverbaler performativer Protestakt lassen die Nutzer/innen die Kommentarspalten auf YouTube ‚verstummen‘, da die Bilder mehrmals hintereinander gepostet wurden und damit sehr viel Platz einnehmen, ähnlich wie Kommentare, die nur Spam beinhalten. Damit sprechen die Nutzer/innen der neuen von YouTube eingeführten Kommentarfunktion jegliche Möglichkeit eines sprachlichen Diskurses ab, was der eigentliche Zweck der Kommentarfunktion ist. Die Nutzer/innen fühlen sich als Akteur/innen der YouTube-Öffentlichkeit nicht ernst genommen und kritisieren diese Hierarchisierung innerhalb des Kommunikationsraums. Die Website *fixYT* ist dem *YouTube Unblocker* ähnlich, der gesperrte Videos in Deutschland abrufbar macht. Sie ist ein weiteres Beispiel dafür, dass sich aus der YouTube-Öffentlichkeit heraus bereits alternative Foren als Gegenöffentlichkeiten zur Plattform YouTube selbst bilden, um YouTube-Videos und Kommentare auch ohne das Unternehmen YouTube und ohne Google+ zugänglich zu machen.⁵³³

An diesen diversen Beispielen für Diskursordnungen innerhalb der Videoplattform wird deutlich, dass die YouTube-Öffentlichkeit je nach Land und Thema sehr unterschiedlich bewertet werden muss. Die tatsächlich als Kommentare sichtbaren Diskurse auf YouTube sind kein Spiegel aller tatsächlichen Meinungen der Nutzer/innen und auch kein Beweis für wahre oder falsche Nachrichten, sondern unterliegen bestimmten Ordnungsstrukturen, die unterschiedliche Akteur/innen und ihre Handlungspraktiken beeinflussen. Insbesondere die Wechselwirkungen zwischen Diskursen auf YouTube und Politik und Gesellschaft variieren sehr, sie müssen immer im jeweiligen Kontext politischer Öffentlichkeiten verortet werden:

„Leserkommentare auf Sueddeutsche.de. Ein digitaler Debattensalon“. In: *taz.de* (03.09.2014), online unter: <http://www.taz.de/1145318/>. Vgl. dazu auch Kapitel 5 und zum Umgang mit rechtsextremen Inhalten auf YouTube u.a.: Neumayer: „Which Alternative? A Critical Analysis of YouTube-Comments in Anti-Fascist Protest“ sowie Cammaerts: „Radical Pluralism and Free Speech in Online Public Spaces“.

⁵²⁸ Vgl. die Website dazu online unter: <http://youtubecommentposterbot.com/>.

⁵²⁹ Vgl. u.a. die Berichte in den Online-Medien und die Kommentare der Leser/innen zum neuen Kommentarsystem: Kai Biermann: „Google will YouTube zivilisieren“. In: *Zeit Online* (25.09.2013), online unter: <http://www.zeit.de/digital/internet/2013-09/youtube-googleplus-kommentare>; Frederic Lardinois: „YouTube Announces A New Commenting System. Powered By Google+. With Threaded, Ranked And Private Conversations“. In: *Techcrunch.com* (25.09.2013), online unter: <http://techcrunch.com/2013/09/24/youtube-announces-a-new-google-powered-commenting-system/>.

⁵³⁰ Vgl. zum Beispiel das Video *My Thoughts on Google+* von Emma Blackery, hochgeladen am 08.11.2013, online unter: <http://youtu.be/LTq8TrA3hb4>. Das Video hat bereits 2.841.530 Zugriffe und 29.885 Kommentare erhalten, siehe die tagesaktuelle Statistik unter dem Video.

⁵³¹ Vgl. den Aufruf zur Petition gegen das neue Kommentarsystem und gegen die Verknüpfung der Kommentare mit dem Netzwerk Google+ auf *Change.org*, online unter: <http://www.change.org/petitions/google-change-the-youtube-comment-section-back-to-its-original-form>.

⁵³² Siehe das ASCII-Motiv mit dem Hinweis: „Bob is building an army. This tank & Bob are against Google+. Copy and Paste this all over Youtube if you are with us“ zum Beispiel als Videokommentar von Frogloe Boqwe im Zeitraum des Protestes im November 2013 unter dem bereits in der Einleitung erwähnten ersten auf YouTube geladenen Video *Me at the Zoo* von Nutzer/in jawed, online unter: http://www.youtube.com/all_comments?v=jNQXAC9IVRw.

⁵³³ Vgl. Torsten Klein: „Der Aufstand der YouTuber“. In: ZDF-Blog *Hyperland*. *Darüber spricht das Web* (26.11.2013), online unter: <http://blog.zdf.de/hyperland/2013/11/aufstand-der-youtuber/> sowie die Website *FixYT* online unter: <http://fixyt.com/>.

⁵³⁴ Anna Lea Berg: „Am Ende entscheiden die Wähler nicht die Fakten“. In: *Süddeutsche Zeitung* (19.07.2017), S. 9.

*Um den ‚Wähler‘ zu verstehen, muss man also nach den gesellschaftlichen Bedingungen seiner Politisierung fragen. Anstatt Breitbart News zu kritisieren oder auf die Digitalisierung zu schimpfen, erfordert das sich ernsthaft mit dem Zustand von Öffentlichkeit und den möglichen Gründen ihrer Fragmentierung auseinanderzusetzen.*⁵³⁴

Rein quantitative Datenerhebungen, zum Beispiel zur Anzahl der Videoklicks oder der Kommentare lassen diesbezüglich allerdings kaum Rückschlüsse zu auf die tatsächliche Relevanz einzelner Video-Öffentlichkeiten. Um die Diskursebenen und -formen der YouTube-Öffentlichkeit in die Netzwerköffentlichkeit auch außerhalb des Internets einordnen zu können, müssen diese mit der Kombination unterschiedlicher Analysemethoden in den Blick genommen werden. Hierzu werden in den folgenden Kapiteln 4 bis 9 die empirischen Inhaltsanalysen der Kommentare mit den Inszenierungs- und Videoanalysen sowie der ANT als theoretischem Rahmen kombiniert.

3.4 Zwischenfazit II: Vom Öffentlichkeitssystem zur Netzwerköffentlichkeit

Mit welchen theoretischen Konzepten lassen sich die Öffentlichkeiten charakterisieren, die Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater auf YouTube auslösen und wie tritt YouTube selbst als Akteur dieser Teilöffentlichkeiten auf? Anhand dieser Fragen hat das Kapitel 3 den Begriff der Öffentlichkeit für das Forschungsthema theoretisch sowie empirisch nutzbar gemacht. Die folgenden vier Aspekte fassen nochmals zusammen, was der Begriff der YouTube-Öffentlichkeit impliziert und wie er verwendet wird:

Erstens müssen sowohl eine normative als auch eine nicht-normative Dimension des Öffentlichkeitsbegriffs bei der Analyse der YouTube-Öffentlichkeiten berücksichtigt werden, wenn sowohl Inszenierungen von Protest als auch von Kunst und Theater analysiert werden sollen, da diese jeweils ganz unterschiedliche Öffentlichkeiten ansprechen und ihrerseits neue generieren wollen. Der Begriff des

Videoprotestes impliziert, dass die Öffentlichkeitsakteur/innen anhand bewusst ausgewählter Inszenierungsstrategien die YouTube-Öffentlichkeit als Gegenöffentlichkeit mobilisieren wollen und die YouTube-Nutzer/innen auf öffentliche Anliegen und Missstände aufmerksam machen und eine Diskussion in den Kommentaren entfachen wollen. Sie zielen, wenn auch oft mit verschiedenen Diskursformen auch jenseits von Text und Sprache, explizit auf eine gesellschaftliche Debatte ab, die transformativ wirken soll und sich im besten Fall auch jenseits von YouTube ausweiten und den kritisierten Zustand ändern soll. In Bezug auf Theater- und Kunstöffentlichkeiten wird zwar oft ausgehandelt, welche Rolle diese in der Gesellschaft vertreten ‚sollten‘ und in vielen Fällen wirken Kunst und Theater als Öffentlichkeitsakteure, welche auch politische und bzw. oder auf sprachlichem Ausdruck basierende rationale Diskurse anstoßen oder Gegenöffentlichkeiten entstehen lassen. Dennoch würde hier eine rein normative Ausrichtung des Öffentlichkeitsbegriffs vielfältige Varianten und Diskursformen in der Theater- und Kunstöffentlichkeit als Teil der Netzwerköffentlichkeit ausschließen, welche mit Luhmanns Begriff von Öffentlichkeit als Reflexionsmedium durchaus erfassbar wären. Da dieses aber nur Beziehungen zwischen Systemen anschaut und nicht die Handlungen der Akteur/innen in den Blick nimmt, worauf hingegen die Methode der ANT basiert, wird die ANT auf Basis des Mehrebenenmodells von Gerhards und Neidhardt angewandt, um die Beziehungen zwischen den Akteur/innen auf unterschiedlichen Ebenen zu beleuchten. Mit dem Mehrebenenmodell lässt sich ein empirisch anwendbares Scharnier bilden, zwischen dem normativen handlungsorientierten theoretischen Konzept des Kommunikationsraumes von Habermas und der systemtheoretischen Sichtweise Luhmanns. Mit diesem Ansatz von Öffentlichkeit als theoretischem Konzept *und* empirischer Analysekategorie können die Handlungsinitiativen der Öffentlichkeitsakteur/innen sowohl bei Protesten als auch bei künstlerischen Inszenierungen auf unterschiedlichen Ebenen der Öffentlichkeit in den Blick genommen werden.

Zweitens wird die YouTube-Öffentlichkeit als Kommunikationsraum aufgefasst, der eine Teilöffentlichkeit der Netzwerköffentlichkeit bildet. Diese zeichnet sich zum einen dadurch aus, dass sich die Öffentlichkeitsakteur/innen in der Arena allerdings nicht mehr so einfach vom Publikum, den Beobachter/innen auf der Galerie, unterscheiden lassen, wie es Neidhardt noch Mitte der 1990er Jahre in Bezug auf Öffentlichkeit als – themenoffenes, nicht nur politisches – Kommunikationsforum formuliert. Zum anderen lassen sich die Partizipations- und Kommunikationsräume der Akteur/innen innerhalb und außerhalb des Internets nicht voneinander trennen, sodass sich die Diskurse in der Netzwerköffentlichkeit gegenseitig beeinflussen und ein Geflecht aus mehreren Ebenen bilden: auf YouTube, im Internet außerhalb von YouTube auf Websites, Blogs, Twitter usw. aber auch in der Medienberichterstattung der Presse, im Theater, im Museum oder bei Protesten zum Beispiel auf öffentlichen Plätzen. Im Rahmen dieser Netzwerkperspektive ist wiederum Luhmanns Begriff der Öffentlichkeit als Gesellschaftssystem insofern nützlich, als damit der genaue Punkt des Strukturwandels der Öffentlichkeit vom System zum Netzwerk markiert werden kann: Sobald die Inszenierungen in die YouTube-Öffentlichkeit involviert sind, lässt die Handlungsinitiative von YouTube politische Öffentlichkeiten, Theater- und Kunstöffentlichkeiten mit anderen Teilöffentlichkeiten verschmelzen – „issue publics“⁵³⁵, wie sie Peters nennt. Diese Teilöffentlichkeiten müssen dann wie die Inszenierung selbst als offene Akteursnetzwerke in und außerhalb des Internets und in verschiedenen Kontexten betrachtet werden, wie es auch die Beispiele in Kapitel 3.3 veranschaulichten: „The interpretive work [...] cannot take place within a closed system whose operations do not flow over into politics, economics, art, education, and religion.“⁵³⁶

⁵³⁵ Peters: *Der Sinn von Öffentlichkeit*, S. 284.

⁵³⁶ Krieger; Bellinger: *Interpreting Networks*, S. 99.

Drittens bildet die YouTube-Öffentlichkeit als Teil der Netzwerköffentlichkeit einen Kommunikationsraum, der aus den Diskursebenen der Videobilder und Kommentartexte besteht, was die YouTube-Öffentlichkeit von der Internet-Öffentlichkeit in den 1990er Jahren

unterscheidet, die insbesondere durch Text und Bild, nicht aber durch Bewegtbild geprägt war. Beide Ebenen können sowohl sprachlich rationale Diskursformen beinhalten, als auch non verbale, (audio-) visuelle und künstlerische Ausdrucksformen: Viele YouTube-Videos in den Bereichen Protest, Kunst und Theater sind durch bewusste Entgrenzungen zwischen diesen Bereichen geprägt, sodass nicht immer genau zwischen persönlichen und öffentlichen Sphären und Gegenöffentlichkeiten und Öffentlichkeiten unterschieden werden kann. Die Protestinszenierungen und künstlerischen (Re-)Inszenierungen in den folgenden Kapiteln 4 bis 9 werden demnach *als* Diskurse auf verschiedenen Ebenen auf und außerhalb von YouTube analysiert.

Mit dem erweiterten Diskursbegriff Foucaults wird viertens ermöglicht, auch Rahmenbedingungen und Diskursordnungen zu fokussieren, die YouTube und die Kanaleigentümer/innen selbst innerhalb der Video-Öffentlichkeiten vornehmen. Diese Diskursordnungen prägen ebenso wie die einzelnen Akteur/innen die Netzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit, die durch YouTube-Videos initiiert werden.

4. YouTube als Archiv für transnationale Protestnetzwerke: Greenpeace' Protest gegen Nestlé (2010)

Der Bilderfluss, der in Kapitel 2 als Inszenierungsmodus auf YouTube vorgestellt wurde, macht sich in den im Folgenden analysierten YouTube-Videos als Teil von Protestinszenierungen in Form von partizipativer Produktion oder mimetischer Subversion bemerkbar. Das folgende Beispiel eines Protestvideos der Umweltschutzorganisation Greenpeace gegen den Lebensmittelkonzern Nestlé zeigt, wie mit der Inszenierungsstrategie der mimetischen Subversion gezielt Netzwerköffentlichkeiten angesprochen und Gegenöffentlichkeiten etabliert werden. Es wird deutlich, wie über YouTube Protestinszenierungen über Ländergrenzen hinweg geplant werden und über die Kommentare als Diskursebene neben Protestvideos, Straßenprotesten und der medialen Berichterstattung ein transnationaler Diskursraum entsteht. Dieser verläuft zwischen verschiedenen, räumlich voneinander getrennten Akteur/innen, die über die Handlungsinitiative von YouTube ein Latour'sches Netzwerk bilden.

Im Folgenden wird zunächst Greenpeace' Inszenierungsstrategie der mimetischen Subversion auf YouTube vorgestellt, bevor im Anschluss anhand der Protestereignisse, dreier ausgewählter Videos

⁵³⁷ Vgl. zu dieser Kampagne ausführlich die von Greenpeace herausgegebene Zusammenfassung und Chronik der Ereignisse: Greenpeace e.V. (Hrsg.): *Brent Spar und die Folgen. Zehn Jahre danach*. 2005, online unter: http://gruppen.greenpeace.de/wuppertal/service_files/infoliste_files/greenpeace_allgemein_brent_spar_und_die_folgen_april_2005.pdf. Vgl. zu den umstrittenen Vorwürfen, mit denen Greenpeace bezüglich des erwarteten Schadens der Versenkung des Tanks argumentiert u.a.: bfp Analyse: „Brent Spar. Eine Falschmeldung und ihre Karriere. Über den Bau von Gesichtsbildern durch kognitive Ignoranz und kommunikative Penetranz“. In: Christian Krüger; Matthias Müller-Hennig (Hrsg.): *Greenpeace auf dem Wahrnehmungsmarkt. Studien zur Kommunikationspolitik und Medienresonanz*. Münster: Lit-Verlag 2000, S. 205–222 (=Medien & Politik Bd. 14). Vgl. außerdem zur Kritik an den hierarchischen Organisationsstrukturen von Greenpeace: Kathrin Voss: *Öffentlichkeitsarbeit von Nichtregierungsorganisationen. Mittel – Ziele – interne Strukturen*. Wiesbaden: VS Verlag 2007, S. 140f.

⁵³⁸ Christian Krüger; Matthias Müller-Hennig: „Wahrnehmungsprozesse, Kommunikationspolitik. Greenpeace als Unikum und Exempel. Statt einer Einleitung“. In: Dies. (Hrsg.): *Greenpeace auf dem Wahrnehmungsmarkt*, S. 9–16, hier S. 11.

⁵³⁹ Krüger; Müller-Hennig: „Wahrnehmungsprozesse, Kommunikationspolitik“, S. 12.

⁵⁴⁰ Vgl. Conny Böttger: „Politik der Visualisation. Oder: Greenpeace macht Bilder, Bilder machen Greenpeace“. In: Krüger; Müller-Hennig (Hrsg.): *Greenpeace auf dem Wahrnehmungsmarkt*, S. 35–42, hier S. 38.

und der quantitativen und qualitativen Inhaltsanalyse der Kommentare das Protestnetzwerk zwischen den Akteur/innen aufgezeigt wird.

4.1 Mimetische Subversion als Inszenierungsstrategie bei Greenpeace

Seit den 1970er Jahren sind die öffentlichen Protestaktionen der Organisation Greenpeace von einer starken visuellen Kommunikationsstrategie geprägt. Spektakulär inszenierte Proteste wie zum Beispiel die Besetzung des zu Shell gehörenden Öltanks Brent Spar in der Nordsee und dessen durch den anschließenden Kundenboykott erfolgreich verhinderte Versenkung werden international in den Medien diskutiert, wobei Greenpeace' Vorgehensweise und Argumentation auch scharf kritisiert wird.⁵³⁷ Allein die erreichte mediale Aufmerksamkeit ist das zentrale „Organisationsprodukt“ von Greenpeace, so dass die Organisation als eine „pressure group, die mit der Strategie der symbolischen öffentlichen Konfrontation arbeitet“,⁵³⁸ bezeichnet werden kann. Während Christian Krüger und Matthias Müller-Hennig im Jahr 2000 feststellen, dass die Protestaktionen von Greenpeace zwar auf Medienresonanz abzielen, aber selbst nicht „auf der medialen Bühne“⁵³⁹ passieren, trifft das in Zeiten des Social Web nicht mehr zu. Die Strategie der direkten unternehmensbezogenen Konfrontation wird zwar konstant aufrechterhalten, aber gerade die *Verflechtung* und die daraus resultierenden *Wechselwirkungen* von Aktivismus im Internet und Protestaktionen im öffentlichen Raum machen Greenpeace' Aktionen international bekannt und in vielen Fällen auch effektiv – wenn Unternehmen zum Beispiel die Kritikpunkte aufgreifen und Forderungen tatsächlich umsetzen.

In der Bildsprache von Greenpeace ist das sogenannte „David-Goliath-Prinzip: Kleine Menschen stellen sich großen Gegnern“ kontinuierlich präsent, wie Conny Böttger in Bezug auf das von Greenpeace strategisch inszenierte und über die Massenmedien verbreitete „Aktionsbild“ als fotografische Dokumentation der Kampagnen formuliert.⁵⁴⁰ Laut Baringhorst sind Greenpeace' bewusst ausgewählte

Inszenierungsstrategien der Proteste, die an die Medienöffentlichkeit gerichtet sind, ein „Paradebeispiel“ für die Reaktion auf die „Selektionslogik kommerzieller Medien und die kampagnenförmige Inszenierung von Protest als Medienspektakel“⁵⁴¹. Dieser Protest ergibt sich daraus, dass in Anlehnung an Michel de Certeaus Begriff der „Kunst des Handelns“ durch diverse Praktiken im Sinne von „Taktiken“ des Widerstands ein „Netz einer Antidisziplin“⁵⁴² entsteht, in Opposition etwa zu den Handlungsstrategien von Unternehmen. De Certeaus Konzept wird insbesondere für die theoretische Untermauerung von Medienaktivismus angewandt, wie zum Beispiel die Handreichung *The ABC of Tactical Media* von 1997 von David Garcia und Geert Lovink zeigt.⁵⁴³ Im Folgenden wird Greenpeace' Inszenierungsstrategie der mimetischen Subversion auf YouTube als solch eine Taktik im Sinne de Certeaus beleuchtet.

In ihren unterschiedlichen länderspezifischen YouTube-Kanälen⁵⁴⁴ setzt die Organisation Greenpeace viele *viral videos* ein, Videos also, die aufgrund ihrer zum Beispiel besonders innovativen, schockierenden oder überraschenden Erzählstrategie durch die Nutzer/innen rasant im Internet weitergeleitet und unkontrollierbar verbreitet werden und so in ganz unterschiedliche Videokanäle und andere soziale Netzwerke über YouTube hinaus gelangen.⁵⁴⁵ Virals können unterschiedliche dramaturgische Strategien verfolgen. Die YouTube-Videos von Greenpeace reichen von Mitschnitten von Protesten, Berichterstattungen und Dokumentationen,⁵⁴⁶ über Comics⁵⁴⁷ und alarmierende Zukunftsvisionen⁵⁴⁸ bis hin zu den im Folgenden mit der Strategie der mimetischen Subversion charakterisierten Videos. Diese weisen ein sehr hohes Maß an intertextuellen Bezügen und Assoziationen zu denjenigen Marken und Unternehmen auf, welche sie in den Videos kritisieren. Zu diesen Videoformen gehören zum Beispiel die Videos *Head & Shoulders – vernichtet nicht nur Schuppen* von Greenpeace Deutschland und *Seen P&G's Thank You Mom? Find out the hidden truth* von Greenpeace UK, beide von 2014, die in ihrer Videodramaturgie konkret Bezug nehmen auf Werbespots des

⁵⁴¹ Sigrid Baringhorst: „Politischer Protest im Netz – Möglichkeiten und Grenzen der Mobilisierung transnationaler Öffentlichkeit im Zeichen digitaler Kommunikation“. In: Frank Marcinkowski; Barbara Pfetsch (Hrsg.): *Politik in der Mediendemokratie*. Wiesbaden: VS Verlag 2009, S. 609–635, hier S. 610 (= Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft Bd.42).

⁵⁴² Michel de Certeau: *Die Kunst des Handelns* [*L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*, 1980]. Aus dem Französischen von Ronald Voulié. Berlin: Merve 1988, S.16.

⁵⁴³ Vgl. dazu: David Garcia; Geert Lovink: „The ABC of Tactical Media“. 16.05.1997. online unter: <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-I-9705/msg00096.html>.

⁵⁴⁴ Vgl. den 2007 eröffneten YouTube-Kanal von Greenpeace Deutschland mit thematisch sortierten Video-playlists wie # Save the Bees, #ProtectParadise | Raubbau für Palmöl bedroht Indonesiens Regenwälder, #Detox Kampagne für saubere Mode usw. online unter: <http://www.youtube.com/channel/UCKm-KQJfYmY9daVqV7a7OoUw>.

⁵⁴⁵ Vor allem Unternehmen haben in den ersten Jahren des Social Web zwischen 2005 und 2010 versucht, sich über virales Marketing diese Netz-dynamik zu eignen zu machen und oft verschleierte, dass das jeweilige Video nicht von Amateur/innen stammt, sondern ein professionell gedrehtes Werbeinstrument ist. Da sich die tatsächliche virale Verbreitung eines Videos jedoch nicht strategisch planen lässt und sich die Netzgemeinde nicht gern von Unternehmen steuern lässt, hat mittlerweile die Euphorie um die vermeintliche Effektivität von viralem Marketing nachgelassen. Vgl. zum theoretischen Ansatz des viralen Marketings ausführlich: Hans H. Bauer; Tobias E. Haber;

Carmen-Maria Albrecht; Tom Laband: „Viral Advertising“. In: Hans H. Bauer; Dirk Große-Leege; Jürgen Rösger (Hrsg.): *Interactive Marketing im Web 2.0+. Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet*. München, 2. Auflage, 2008, S. 267–282, hier S. 268f.

⁵⁴⁶ Vgl. zum Beispiel das Video *Taking Detox To The Streets*, auf YouTube online unter: <http://www.youtube.com/watch?v=x173k1cRSzE&feature=share&list=PL6J1Sg6X3cywaHXsmR44bnMVkIHu4qLN5&index=3>.

⁵⁴⁷ Vgl. das Video *Detox Fashion*, auf YouTube online unter: <http://www.youtube.com/watch?v=XxFWo4sCzCs&feature=share&list=PL6J1Sg6X3cywaHXsmR44bnMVkIHu4qLN5&index=1>.

⁵⁴⁸ Vgl. das Video *Roboterbienen – das könnte die Zukunft sein*, auf YouTube online unter: <http://youtu.be/fuH-gq1jJWm1r>.

⁵⁴⁹ Siehe außerdem alle Videos zum Thema Palmölanbau und Regenwaldzerstörung gesammelt in der Playlist *#Protect-Paradise*, online unter: <http://www.youtube.com/playlist?list=PL6J1Sg6X3cyylZ1gWJx2Qu0sMlgBdL1Q> sowie das Video *Dove Onslaught(er)*, auf YouTube online unter: <http://youtu.be/odl7pQFyjs0>.

⁵⁵⁰ Vgl. das Video *Der Energieriese von RWE*, auf YouTube online unter: <http://youtu.be/xZFGYG7acz4>.

⁵⁵¹ Vgl. den RWE-Werbespot, auf YouTube online unter: <http://youtu.be/VBHlpxVF50>.

Konsumgüterherstellers Procter & Gamble. Diese Videos kritisieren die Urwaldzerstörung durch Palmölanbau und knüpfen mit ihren Bildmotiven an virale Videos von 2008 und 2010 an, die die Gefährdung des Lebensraums von Orang-Utans anhand der Kritik von Unilevers Duschcreme-Marke Dove beziehungsweise an Nestlés Schokoladen-Marke KitKat thematisieren, also an das Video, das im folgenden Kapitel 4.2 analysiert wird.⁵⁴⁹

Anhand des Videos zur Kritik am *Energieriesen von RWE*,⁵⁵⁰ das eine explizite Referenz als Film im Film bietet, wird Greenpeace' übergreifende Kommunikationsstrategie der mimetischen Subversion besonders gut deutlich: Die Werbeagentur Jung von Matt drehte einen Kinowerbespot für den Energiekonzern RWE und setzte als Protagonisten einen „Riesen“ ein, der über grüne Wiesen und Felder der Erde wandert, Windräder und Wassermühlen aufstellt und so in der Wahrnehmung der Rezipient/innen die Kommunikationsbotschaft ‚RWE fördert erneuerbare Energien‘ verankern will.⁵⁵¹ Greenpeace nutzt dieses Motiv des RWE-Riesen in seinem eigenen Video, das der Kritik an RWEs extensiver Atomkraftnutzung dient. Das Video ist in den ersten 16 Sekunden nur durch den grauen Rahmen des Fernsehapparats vom Originalspot von RWE zu unterscheiden (siehe Abbildung 1), das Videobild innerhalb der Kadrierung des Fernsehers und die Musik sind identisch. Dieses Instrument der – nach und nach sichtbaren – Rahmung ermöglicht es Greenpeace erst, den intertextuellen Bezug zu RWE herzustellen und das Unternehmen durch die Umdeutung seiner eigenen Kommunikationsbotschaft in den verbleibenden 30 Sekunden des Videos anzuprangern. An dem in Abbildung 1 sichtbaren Wendepunkt folgt ein Bruch in der Narration, eine intendierte Störung, die die Erwartungshaltung der Rezipient/innen bricht und so das Video zu einer subversiven Kritik des Referenzvideos werden lässt.



Abbildung 1: Screenshots aus dem YouTube-Video *Der Energieriese* von RWE, das den Werbespot von RWE als Vorbild für mimetische Subversion nutzt

Das Kommunikationsinstrument, das Greenpeace hier einsetzt, setzt sich somit zum einen aus der Mimesis und zum anderen aus der Subversion zusammen. Die kunstwissenschaftliche Verwendung des Begriffs der Mimesis als „Nachahmung“ geht auf Aristoteles’ *Poetik* zurück,⁵⁵² mittlerweile wird der Begriff aber in den unterschiedlichsten Disziplinen und Kontexten als Analyseinstrumentarium für kulturelle und soziale Phänomene genutzt.⁵⁵³ Statt nur als reine Nachahmung der Realität ist hier die Bedeutung des Begriffs als „bildhafte Darstellung“⁵⁵⁴ zu beschreiben, der als Übersetzung des Begriffs der Mimesis in Platons Werk laut Maria Kardaun zwar den Begriff der Nachahmung beinhaltet, aber auch die Begriffe der Widerspiegelung und Darstellung als „praktische Übersetzungskategorien“ integriert.⁵⁵⁵ Luiz Costa Lima betont explizit, dass „Mimesis sowohl das Etablieren von *Äquivalenz* als auch von *Differenz* impliziert“⁵⁵⁶. Dabei bedingen sich Ähnlichkeit und Differenz gegenseitig: „Die Differenz wird nicht sichtbar, ohne die Ähnlichkeit, mit der der Zuschauer *erwartet*, sie zu finden.“⁵⁵⁷ Auf diese Differenz, die die mimetische *Subversion* erzeugt, wird das Augenmerk der Analyse des Protestvideos gegen Nestlé im folgenden Kapitel 4.2 gerichtet, in dem Greenpeace seinen Fokus noch stärker auf ein überraschendes, subversives Moment legt, als es im Video zu RWE der Fall ist. Entscheidend ist damit die Bedeutungsverschiebung von einer *Reproduktion* hin zur *Produktion* im Sinne einer produktiven Verwendung des Begriffs der

⁵⁵² Vgl. Aristoteles: *Poetik. Griechisch/Deutsch*. Übersetzt und herausgegeben von Manfred Fuhrmann. Stuttgart: Reclam 1994, S. 5ff.

⁵⁵³ Vgl. zum theoretischen, interdisziplinär angewandten Konzept der Mimesis ausführlich: Gunter Gebauer; Christoph Wulf: *Mimesis. Kultur – Kunst – Gesellschaft*. Reinbek bei Hamburg; Rowohlt 1992 und die folgende neuere Publikation: Gertrud Koch; Martin Vöhler; Christiane Voss (Hrsg.): *Die Mimesis und ihre Künste*. München: Wilhelm Fink 2010.

⁵⁵⁴ Maria Kardaun: *Der Mimesisbegriff in der griechischen Antike. Neubetrachtung eines umstrittenen Begriffs als Ansatz zu einer neuen Interpretation der platonischen Kunstauffassung*. Amsterdam u.a.: North-Holland 1993, S. 17.

⁵⁵⁵ Vgl. Kardaun: *Der Mimesisbegriff in der griechischen Antike*, S. 67.

⁵⁵⁶ Luiz Costa Lima: *Mimesis. Herausforderung an das Denken*. Übersetzt aus dem Brasilianischen von Johannes Kretschmer und Ellen Spielmann. Berlin: Kadmos 2012, S. 217.

⁵⁵⁷ Costa Lima: *Mimesis*, S. 297.

⁵⁵⁸ Wolfgang Wickler: *Mimikry, Nachahmung und Täuschung in der Natur*. Frankfurt am Main: 1968, S. 179. Vgl. zum Verhältnis von Mimesis als Nachahmung und Mimikry als Tarnung und Täuschung in unterschiedlichen kulturellen Praxen: Andreas Becker; Martin Doll; Serjoscha Wimmer (Hrsg.): *Mimikry. Gefährlicher Luxus zwischen Natur und Kultur*. Schliengen: Ed. Argus 2008.

⁵⁵⁹ Vgl. Guy Debord; Gil J. Wolman: „A User's Guide to Détournement“. In: *Les Lèvres Nues 8* (1956). Erneut veröffentlicht in *Situationist international online*, online unter: <http://www.cddc.vt.edu/situation/presitu/usersguide.html>.

⁵⁶⁰ Guy Debord: *Die Gesellschaft des Spektakel* [*La Société du Spectacle*, 1971]. Aus dem Französischen von Jean-Jacques Raspaut. Berlin: Verlag Klaus Bittermann 1996, S. 173f.

⁵⁶¹ Vgl. Umberto Eco: „Für eine semiologische Guerilla“ [1967]. In: Ders.: *Über Gott und die Welt. Essays und Glossen*. Aus dem Italienischen von Burkhard Kroeber. München: dtv 1987. Vgl. dazu auch: Autonome a.f.r.i.k.a. gruppe; Luther Blisset; Sonja Brünzels: *Handbuch der Kommunikationsguerilla*. Hamburg u.a.: Verlag Libertäre Assoziation 1998.

⁵⁶² The Yes Men bedienen sich häufig der Strategie der Overidentification. Vgl. zu The Yes Men u.a. Mouffe: „Artistic Activism and Agonistic Spaces“, S. 5 sowie Wiegminck: *Protest EnACTed*, S. 283ff.

⁵⁶³ Vgl. dazu ausführlich Marek: *Understanding YouTube*, S. 174ff. und S. 192ff.

⁵⁶⁴ Vgl. Kalle Lasn: *Culture Jamming. Die Rückeroberung der Zeichen* [*Culture Jam*, 1999]. Freiburg: Orange Press 2005, S. 15. Kalle Lasn gründete die konsumkritische

Mimesis, der mit dem Begriff der Subversion bei Greenpeace eine Einheit bildet: Greenpeace' Intention solcher Videos als Protestmittel wird zwar nur über die Nachahmung und anfängliche Tarnung als Unternehmenswerbung deutlich, aber ohne das subversive Moment der eigenen produktiven Umdeutung der Narrative, würde kein Protest *gegen* das jeweils kritisierte Unternehmen entstehen. Diese Tarnung kann mit dem evolutionstheoretischen Begriff der Mimikry, der Täuschung als eine besondere Form von Mimesis, beschrieben werden. Im Rahmen der Mimikry-Theorie des Biologen Wolfgang Wickler ist der/die Rezipient/in als Getäuschter, der „Signalempfänger“, neben dem „Vorbild“ und dem „Nachahmer“ unerlässlich.⁵⁵⁸

Die im Rahmen der Strategie der Subversion praktizierte Zweckentfremdung und Neukontextualisierung von visuellen Zeichen geht auf Guy Debords Ansatz des Détournement zurück, den er zusammen mit der Situationistischen Internationalen in den 1950er Jahren prägt. Mit Détournement ist die Übernahme, Umdeutung und Entfremdung jeglicher Arten von Zeichen gemeint, wie Titeln, Slogans, Fotografien, Logos oder auch Gesten.⁵⁵⁹ Die „kritische Theorie des Spektakels“, der auch die Praktiken des Détournement verpflichtet sind, ist laut Debord „keine Negation des Stils, sondern der Stil der Negation.“⁵⁶⁰ In seinem Aufsatz „Für eine semiotische Guerilla“ von 1967 greift Umberto Eco diesen Ansatz der Umkehrung von Zeichen auf.⁵⁶¹ Die bekannte amerikanische Künstlergruppe The Yes Men ist ein Beispiel für Kommunikationsguerilla an der Schnittstelle zwischen Kunst und Aktivismus.⁵⁶² Auch auf YouTube können zahlreiche Videos mit dramaturgischen Strategien des Détournement identifiziert werden.⁵⁶³ Obwohl Greenpeace' Videos nicht in erster Linie als künstlerisches Projekt auf YouTube geladen wurden, können sie zum sogenannten Culture Jamming gezählt werden, einer medienaffinen Weiterentwicklung des Détournement seit den 1980er Jahren, die die Strategie des Umkodierens von Unternehmensmarken verfolgt.⁵⁶⁴ Das Entscheidende am Konzept des Détournement und ebenso an der Inszenierungsstrategie der mimetischen Subversion ist somit, dass

sie für die Rezipient/innen erst auf den zweiten Blick erkennbar ist, wie der Kommentar von Nutzer/in LivLaffSing veranschaulicht, der/ die Greenpeace' Protestvideo *Have a Break?* gegen Nestlé auf YouTube kommentiert:

Wow i thought this was just a kit kat commercial!!!! Im eating a king size kit kat not gorilla!!!! (Nutzer/in LivLaffSing zu Video 1, 2011)⁵⁶⁵

4.2 Greenpeace und Nestlé auf YouTube

4.2.1 Akteur/innen und Diskursebenen des Protestnetzwerks

Am 17. März 2010 haben britische und deutsche Vertreter von Greenpeace in ihren YouTube-Kanälen Greenpeace UK und Greenpeace Deutschland die Videos *Have a Break?* (im Folgenden als Video 1 bezeichnet) beziehungsweise *Nestlé, kein Palmöl aus Urwaldzerstörung!* (im Folgenden als Video 2 bezeichnet) eingestellt.⁵⁶⁶ Video 2 ist die mit deutschen statt englischen Schriftinserts versehene Version von Video 1, das von Greenpeace UK produziert wurde. Dieser Clip wurde unter anderem auch ins Italienische und Französische von den dortigen Vereinssitzten von Greenpeace adaptiert. Diese Videos sind der Kern und Auftakt von Greenpeace' Protestkampagne gegen Nestlé und haben sogar den *Viral Video Award 2010* in der Kategorie „bestes virales Video 2010“⁵⁶⁷ gewonnen. Eine Woche später, am 24. März 2010, fügte Greenpeace Deutschland ein weiteres Video mit dem Titel *Nestlé, KitKat, Orang-Utans* hinzu (im Folgenden als Video 3 bezeichnet).⁵⁶⁸ Mit diesen Videos wirft Greenpeace Nestlé vor, zur Urwaldzerstörung in Indonesien aktiv beizutragen, da für den Schokoladenriegel KitKat – der in den Videos exemplarisch eingesetzt wird – Palmöl verwendet werde, das aus Plantagen stamme, für die indonesische Regenwälder abgeholzt würden. Um solche Botschaften in der Öffentlichkeit zu platzieren, bietet YouTube einen optimalen Startpunkt, wie Sam Gregory, der Gründer des Projekts *Witness* im Bereich Videoaktivismus betont:

kanadische Organisation Adbusters Media Foundation 1989, die mit ihrem Magazin *Adbusters* und Aktionen wie dem „Buy nothing day“ und der Einführung der „Occupy Wall Street“-Bewegung als Modellbeispiel für Culture Jamming gilt, vgl. online unter: <https://www.adbusters.org/>. Vgl. dazu auch Annegret März: „Von der Straße ins Netz und zurück. Culture Jamming als Medien- und Konzernkritik in Protestkampagnen“. In: Dies.; Daniel Müller (Hrsg.): *Internet. Öffentlichkeit(en) im Umbruch*. Marburg: Schüren 2008, S. 73–91, hier S. 73 (=Navigationen Bd. 8, H. 2).

⁵⁶⁵ Im Folgenden werden bei jedem zitierten Kommentar der Nutzernamen und der Zeitpunkt der Veröffentlichung aufgeführt. Es können hier nur Jahreszahlen angegeben werden, da YouTube bei Kommentaren älter als einem Jahr nur die Anzahl der seit Veröffentlichung vergangenen Jahre angibt, also zum Beispiel: „Vor 2 Jahren“, „vor 1 Jahr“, „vor 5 Monaten“, „vor 2 Wochen“, „vor 3 Tagen“ usw. Orthografie und Rechtschreibung der Kommentare wurden so weit wie möglich so belassen, wie sie im Original auf YouTube von den jeweiligen Nutzer/innen gepostet wurden. Vgl. die Kommentare zum Video *Have a Break?* im Kanal von Greenpeace UK, seit 17.03.2010 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/VaJlPRwExO8> (alle Minutenangaben, Statistiken und Kommentare zu diesem als Video 1 bezeichneten Clip stammen aus dieser Quelle).

⁵⁶⁶ Vgl. das bereits genannte Video *Have a Break?* (Video 1) sowie das Video *Nestlé, kein Palmöl aus Urwaldzerstörung!* im YouTube-Kanal von Greenpeace Deutschland, seit 17.03.2010 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/lzF3UGOIVDc> (alle Minutenangaben, Statistiken und Kommentare zu diesem als Video 2 bezeichneten Clip stammen aus dieser Quelle).

⁵⁶⁷ Vgl. die Website der *Viral Video Awards 2010*, online unter: <http://www.viralvideoaward.com/nestle-palmoel/>.

⁵⁶⁸ Vgl. das Video *Nestlé, KitKat, Orang-Utans*, seit 24.03.2010 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/ToGK3-2tZz8> (alle Minutenangaben, Statistiken und Kommentare zu diesem als Video 3 bezeichneten Clip stammen aus dieser Quelle).

⁵⁶⁹ Henry Jenkins; Sam Gregory: „From Rodney King to Burma: An Interview with Witness's Sam Gregory“. In: *Confessions of an Aca-Fan* (31.03.2008), online unter: <http://henryjenkins.org/2008/03/>.

⁵⁷⁰ Im Sinne der ANT ist diese Liste nicht definitiv abgeschlossen, sondern erweiterbar und zeigt hier nur einen Ausschnitt aus der Netzwerköffentlichkeit, die um den Protest entstanden ist, also zum Beispiel auch in Blogs, auf Facebook, auf den YouTube-Seiten anderer Länder usw.

*[F]or many non-governmental advocacy organizations that are trying to engage a general public either with a single Video or via a channel, YouTube is likely to be the first place that public will look.*⁵⁶⁹

Diese drei gewählten Videos werden im Folgenden als Ausgangspunkte der Netzbildung in Latours Sinn aufgefasst und die folgende Liste von Akteur/innen bei dieser Netzbildung verfolgt, wie Tabelle 1 zeigt. Fokussiert werden die Akteure Greenpeace, Nestlé, YouTube – in seinen verschiedenen Rollen als Display, als Unternehmen und Archiv –, die Kommentator/innen sowie die Presse anhand ausgewählter Berichte von (Online-)Medien. Diese Akteur/innen bilden durch ihre Handlungsmacht ein Netzwerk, das anhand der ausgewählten Diskursebenen sichtbar und erfassbar wird. Die Diskursebenen YouTube-Videos und Kommentare bilden als Diskursebene einen sinnvollen Ausgangspunkt, um in das Akteursnetzwerk einzutreten und das *Zusammenspiel* der Akteur/innen in der Netzwerköffentlichkeit anhand konkreter Leitfragen aufzuzeigen.⁵⁷⁰

Tabelle 1: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im Netzwerk zu Greenpeace und Nestlé auf YouTube (eigene Darstellung)

		Ausgewählte DISKURSEBENEN der Netzwerköffentlichkeit, auf denen die Handlungsinitiativen der Akteur/innen sichtbar werden		
		YouTube-Videos	Kommentare	Websites der Akteur/innen, Medienberichte (Auswahl)
Ausgewählte AKTEUR/INNEN der Inszenierungen	Greenpeace	Wie tritt der Akteur Greenpeace in den ausgewählten Videos 1, 2 und 3 auf?	Wie tritt Greenpeace in den Kommentarinhalten zu Video 1, 2 und 3 auf?	Wie tritt Greenpeace auf seiner Homepage und in seinem Blog sowie in Medienberichten über die Kampagne auf? (Thematisierung der Protestvideos, Straßenproteste u.a.)
	Nestlé	Wie tritt Nestlé in den Videos 1, 2 und 3?	Wie treten Nestlé und KitKat in den Kommentarinhalten zu Video 1, 2 und 3 auf?	Wie tritt Nestlé auf seiner Website und in Pressemitteilungen auf?

Ausgewählte AKTEUR/INNEN der Inszenierungen	YouTube und YouTube-Videos	–	Wie wird YouTube als Institution und Unternehmen in den Kommentarinhalten zu Video 1, 2 und 3 sichtbar?	Wie treten das Videodisplay, die Videostatistiken (Bewertungen, Zugriffszahlen) auf der YouTube-Website in Erscheinung? Werden die Videos 1, 2 und 3 in andere Websites eingebettet?
	Kommentator/innen	Wie treten die Kommentator/innen in Video 1, 2 und 3 auf? (Videoweiterleitungen, von der YouTube-Community erstellte Videos als Reaktionen zur Kampagne u.a.)	Inwiefern machen sich eine Selbstreflexion der Kommentator/innen und eine Kritik an anderen Kommentarinhalten im Rahmen der Kommentare zu Video 1, 2 und 3 bemerkbar?	Wie treten die Kommentator/innen als YouTube-Öffentlichkeit in der Berichterstattung der Medien und auf den Greenpeace-Websites auf (einige Protestunterstützer/innen gründen zum Beispiel eigene Facebook-Auftritte gegen Nestlé)?
	Ausgewählte (Online-) Medien	Wie tritt die Medienöffentlichkeit als Akteur in den Protestvideos auf? Zum Beispiel in Videos von Greenpeace als Reflexion der Kampagne und der Ereignisse	Wie machen sich die (Online-)Medien in den Kommentarinhalten zu Video 1, 2 und 3 bemerkbar?	Inwieweit findet eine Selbstreflexion über die Rolle der (Online-)Medien für den Protest statt?

Die aufgezeigten Verbindungen zwischen diesen Akteur/innen schaffen ein Netzwerk aus Protestinszenierung als distribuierte Ästhetik, das eine online und offline verlaufende, transnationale Netzwerköffentlichkeit entstehen lässt und in den folgenden Kapiteln näher beschrieben wird. Die Diskursebene der Kommentare beschränkt sich auf diejenigen Kommentare, die zu den bereits genannten Videos 1, 2 und 3 im Kanal der YouTube-Nutzer Greenpeace DE und Greenpeace UK gepostet wurden. Die Protestvideos wurden zwar auch von vielen anderen Nutzer/innen geteilt und Videokopien auf YouTube, Facebook und anderen Plattformen hochgeladen, aber die quantitativen und qualitativen Inhaltsanalysen der Videokommentare beschränken sich auf die von Greenpeace selbst hochgeladenen Videos, da diese jeweils sehr viele Kommentare erhalten haben und somit einen Großteil des Protestdiskurses auf YouTube

⁵⁷¹ Vgl. dazu ausführlich Kapitel 4.3.

widerspiegeln. In der Inhaltsanalyse wurden alle Kommentare berücksichtigt, die seit dem Upload der Videos (17. März 2010 bei Video 1 und 2 beziehungsweise 24. März 2010 bei Video 3) bis zum 03. Mai 2014 gepostet wurden.⁵⁷¹ Seit den jeweiligen Videouploads wurde das Video 1 bereits 668.319 Mal aufgerufen und erhielt 651 Kommentare. Es wurde 1500 Mal positiv und 172 Mal negativ bewertet. Video 2 hat 187.100 Aufrufe generiert, dazu 283 Kommentare, 668 positive und 37 negative Bewertungen. Video 3 wurde insgesamt 215.364 Mal aufgerufen, hat 267 Kommentare erhalten und wurde 609 Mal positiv und 37 Mal negativ bewertet.

In Bezug auf die Diskursebene der (Online-)Medien ist wichtig zu betonen, dass das Untersuchungsziel nicht auf einer ganzheitlichen – kaum realisierbaren – Auflistung zum Beispiel *aller* thematisch naheliegenden Videoverlinkungen, Medienberichte oder Blogbeiträge liegt, sondern das Akteursnetzwerk soll bewusst anhand bestimmter, ausgewählter Inhalte nachgezeichnet werden, die im Sinne der Netzwerköffentlichkeit beliebig erweiterbar sind, zugleich aber die auf YouTube entstehende Gegenöffentlichkeit, die der Protest initiiert, ausreichend widerspiegeln. Über diese Diskursebene der Online-Medien können Protestaktionen außerhalb des Internets erfasst werden, wie zum Beispiel Interventionen im öffentlichen Raum. Mittlerweile wird keine strikte Trennung mehr zwischen Print- und Online-Journalismus gemacht, daher werden nicht nur *entweder* Online-Medien *oder* Printmedien und Rundfunk als mediale Öffentlichkeit einbezogen, sondern beides je nach Sinn und Kontext, beziehungsweise sind viele Meldungen sowohl online als auch in den Print-Medien zu finden. Dabei werden manche der Leitfragen der Matrix in Tabelle 1 ausführlicher, manche weniger ausführlich beantwortet, was dem unterschiedlichen Stellenwert der Akteur/innen und der spezifischen Protestdynamik geschuldet ist. Manchmal werden vereinzelt andere Videos als die Videos 1, 2 und 3 erwähnt, die für den Diskursverlauf wichtig sind, wobei der Fokus auf den drei ausgewählten Videos liegt.

Nicht alle Felder der Matrix in Tabelle 1 sind ausgefüllt, da die technologischen Akteure YouTube und (Online-)Medien im Gegensatz zu den menschlichen Akteur/innen⁵⁷² sowohl Akteure als auch Diskursebenen darstellen und so ein Zirkelbezug in der Analyse entstehen würde. Außerdem werden manche Akteur/innen nur auf einer oder zwei statt auf allen drei Analyseebenen sichtbar, daher müssen für die Erfassung einer nicht nur von Texten, sondern auch von audiovisuellen Diskursen geprägten Netzwerköffentlichkeit verschiedene, sich ergänzende Handlungsebenen der Akteur/innen untersucht werden, um vielseitige und detaillierte Forschungsergebnisse zu erzielen.

4.2.2 Greenpeace macht Nestlé zum unfreiwilligen Akteur

4.2.2.1 Greenpeace' mimetisch-subversives Protestvideo gegen Nestlé

In diesem und im folgenden Kapitel werden zunächst die Ereignisse rund um den Protest von Greenpeace gegen Nestlé inner- und außerhalb des Internets kurz skizziert und Nestlés Reaktionen zusammengefasst. Anschließend werden die hier beschriebenen Diskursebenen der Videos und Medienberichte in Kapitel 4.3 um die Diskursebene der Kommentare ergänzt.

Nestlé hatte im Oktober 2009 eine Pressemitteilung veröffentlicht, in der das Unternehmen versicherte, ab 2015 ausschließlich zertifiziertes, nachhaltig angebautes Palmöl zu nutzen, falls dies in ausreichender Menge verfügbar sei.⁵⁷³ Seit November 2009 ist Nestlé außerdem Mitglied der Organisation RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil).⁵⁷⁴ Dies war in den Augen von Greenpeace UK und Greenpeace Deutschland kein ausreichendes Engagement zur Bekämpfung der Waldrodung. „Seit 5 Jahren“ werde bereits mit Nestlé vergeblich verhandelt.⁵⁷⁵ Am 17. März 2010 luden die beiden Ländervertretungen von Greenpeace die viralen Protestvideos (Video 1 und 2) gegen Nestlé auf YouTube hoch. Wie im Blog GreenAction – eine „Kampagnen-Community“ von Greenpeace – am 18. März 2010 zusammengefasst wird, fielen der Videoprotest und die persönliche Konfrontation von Nestlé mit diesem Vorwurf zeitlich zusammen:

⁵⁷² Im Fall des Akteurs ‚Kommentator/innen‘ und der Diskursebene ‚Kommentare‘ wird sichtbar, wie problematisch die Abgrenzung der Begriffe der technologischen und menschlichen Akteur/innen ist, da die Kommentare zwar von Menschen geschrieben werden, aber selbst auch technologische Akteure auf YouTube darstellen. Gleichzeitig wird mit dieser Problematik nochmals Latours Gleichsetzung von Technik und Gesellschaft deutlich.

⁵⁷³ Vgl. Nestlés Pressemitteilung auf der „Nestlé Global“ Website vom 26.10.2009: „Nestlé commits to using certified sustainable palm oil by 2015“, online unter: <http://www.nestle.com/media/newsandfeatures/nestle-commits-to-using-certified-sustainable-palm-oil>.

⁵⁷⁴ Auf ihrer Website beschreibt sich die RSPO als „An International Multistakeholder Organization and Certification Scheme für Sustainable Palm Oil“, vgl. online unter: <http://www.rspo.org/>. Vgl. außerdem die Informationen zu Nestlé als Mitglied der RSPO online unter: <http://www.rspo.org/en/member/458/nestle-sa>.

⁵⁷⁵ Vgl. die Angaben im Video *Warum KitKat schlecht für Orang-Utans ist*, von GreenpeaceDE, seit 01.04.2010 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/eFPQPMlj3U>.

„Um 11 Uhr Lokalzeit luden Greenpeace-Aktivisten in England Mitarbeiter von Nestlé auf eine Pause ein. Gleichzeitig lancierte Greenpeace ein Video, das die KitKat-Werbung parodiert.“⁵⁷⁶ Als Orang-Utans kostümierte Demonstranten stellten vor der Nestlé-Zentrale in Croydon große gelbe Behälter als Anspielung auf Palmöl-Container auf, verteilten Flyer und hielten rot-weiße Schilder mit dem Schriftzug „Killer“ hoch, der das KitKat-Logo imitierte.⁵⁷⁷ Auch an niederländischen und deutschen Produktionsstandorten von KitKat, in der deutschen Nestlé-Zentrale in Frankfurt am Main und am Hauptsitz in der Schweiz fanden solche Protestaktionen statt, bei denen Mitarbeiter/innen von Nestlé mit dem Vorwurf der Urwaldzerstörung durch Nestlés Verträge mit dem indonesischen Palmöllieferanten Sinar Mas konfrontiert wurden, welcher Palmölplantagen auf gerodeten Waldflächen betreibe.⁵⁷⁸ Nestlé solle alle Verträge kündigen, wie es bereits das Unternehmen Unilever getan hatte.⁵⁷⁹

Durch die Videouploads hat Greenpeace Nestlé zusätzlich zur Live-Konfrontation zum unfreiwilligen Akteur der YouTube-Öffentlichkeit gemacht. Dies wird durch die Videotitel und die Einleitungstexte zu den Videos untermauert: Im Gegensatz zum Titel von Video 2 *Kein Palmöl aus Urwaldzerstörung* sind die Titel zu Video 1 *Have a Break?* und zu Video 3 *Nestlé, KitKat, Orang-Utans* von Greenpeace bewusst neutral und wertungsfrei gehalten und ‚locken‘ so auch Nutzer/innen an, die keine Nestlé-Kritik im Video vermuten, da vor Abspielen des Videos nicht zu erkennen ist, dass es sich um keinen Werbespot von Nestlé selbst handelt. Video 1 lehnt sich im Sinne der mimetischen Subversion an den in den Köpfen der Konsument/innen bereits seit Jahrzehnten verankerten KitKat-Werbeslogan „Have a Break?“ an, sodass gezielt auch YouTube-Nutzer/innen, die den Slogan nicht selbst auf Anhieb der Marke KitKat zuordnen können, durch das Videoumfeld von Video 1 auf YouTube mit dem identischen Titel *Have a Break?* sofort auf den intertextuellen Bezug aufmerksam gemacht werden. Dieses subversive Spiel mit dem Slogan wird im Einleitungstext zu Video 1 fortgeführt:

⁵⁷⁶ Beate Steffens: „Danke, liebe PR-Abteilung von Nestlé“. In: *Greenaction Blog* (18.03.2010), online unter: <http://blog.greenaction.de/?p=350>.

⁵⁷⁷ Vgl. das von Greenpeace UK auf YouTube gestellte Video *Putting palm oil in Kit Kats is bad news for orang-utans*, das einen Mitschnitt der Aktion zeigt, seit 17.03.2010 online unter: <http://youtu.be/2ExNmhdLslk>.

⁵⁷⁸ Vgl. Oliver Salge: „Nestlé, Have a break“. In: *Greenpeace Blog* (17.03.2010), online unter: <http://blog.greenpeace.de/blog/2010/03/17/have-a-break-nestle/>.

⁵⁷⁹ Vgl. die Forderungen von Greenpeace auf den verteilten Flyern. Die PDF-Version des deutschen Flyers ist online unter https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/1-297-1-zur_ansicht-Druckversion_0.pdf und die englische von Greenpeace Niederlande produzierte Broschüre ist als PDF online unter: https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/Red_Handed_v10_final_email_0.pdf.

*We all deserve to have a break - but having one shouldn't involve taking a bite out of Indonesia's precious rainforests. We're asking Nestlé to give rainforests and orang-utans a break and stop buying palm oil from destroyed forests.*⁵⁸⁰

⁵⁸⁰ Vgl. den Einleitungstext zu Video 1 auf YouTube.

Dieser Einleitungstext und die Titelvahl des Videos sind als Paratexte zentrale Strategien der Videoproduzent/innen, die im Display YouTube dafür genutzt werden können, die Wahrnehmung (zukünftiger) Rezipient/innen zu steuern.

⁵⁸¹ Bis Min 00:20.

Die Dramaturgie von Video 1 ahmt zunächst⁵⁸¹ leicht abgeändert diejenige eines 2009 auf YouTube geladenen TV-Werbespots zu KitKat nach.⁵⁸² In diesem KitKat-Spot macht ein müde wirkender Kassierer im Supermarkt kurz Pause und isst einen KitKat-Riegel, der beim Öffnen der Verpackung in Nahaufnahme zu sehen ist. Das Video ist im KitKat-Kanal selbst nicht hochgeladen worden, sondern ist nur durch andere Nutzer/innen auf YouTube gelangt. Im Umfeld des KitKat-Werbespots im Display YouTube erscheinen die Greenpeace-Videos zu KitKat, aber der Werbespot erscheint seinerseits nicht direkt in deren Umfeld. Die Kommentare zu diesem KitKat-Werbespot beinhalten allerdings den direkten Bezug zu den Vorwürfen der Urwaldzerstörung, wie der folgende Kommentar zeigt:

⁵⁸² Vgl. das Video *New Kit Kat Ad – Checkout von Nutzer/ in worklikeamachine*, seit 06.02.2009 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/tPaPrLuXcQI>.

die werbung is echt lustich aber nestle is echt das letzte! Ich sag nur urwaldzerstörung eigentlich sollte man die sache boykottieren. (Nutzer/ in GalapagosInsel zum KitKat-Werbespot das am 06.02.2009 von Nutzer/in worklikeamachine auf YouTube geladen wurde)

In ihrer eigenen mimetisch-subversiven Variante des KitKat-Werbespots hat Greenpeace das Narrativ der Langeweile durch monotones Arbeiten adaptiert, aber statt der Arbeitsumgebung Supermarkt das Motiv des Großraumbüros gewählt und das Scannen an der Kasse durch Papiervernichtung im Büro ersetzt. Die zentrale Figur ist hier ein gelangweilter Angestellter statt eines Kassierers, wie Abbildung 2 in der Gegenüberstellung von Ausschnitten aus beiden Clips zeigt.



KitKat Werbung.mp4



Have a Break?

Abbildung 2: Screenshots aus dem KitKat-Werbespot (links) und Greenpeace' mimetisch subversivem Protestvideo (Video 1) mit der Adaption des Narrativs aus dem KitKat-Spot auf YouTube (rechts)

Nach dieser ersten Sequenz findet der entscheidende Wendepunkt innerhalb von Greenpeace' Video 1 statt, durch den die bis dahin eingesetzte Mimesis überhaupt erst zu einer Subversion wird: der Schockmoment, wenn der Büroangestellte in einen blutigen Orang-Utan-Finger beißt statt in einen KitKat-Schokoladenriegel wie der Kassierer im Supermarkt im KitKat-Werbespot.⁵⁸³ Es ist ein Knacken zu hören, das das Durchbeißen des Fingerknochens suggeriert, woraufhin Blut auf die Tastatur des Computers tropft. Die Kamera zoomt auf die Verpackungsfolie des KitKat-Riegels, auf der Greenpeace spöttisch ein Fair-Trade-Logo platziert hat, das für die Videorezipient/innen gut sichtbar ist. Anschließend wird diese Kommunikationsbotschaft dadurch untermauert, dass nicht nur die Videodramaturgie des KitKat-Spots, sondern auch der KitKat-Slogan selbst umgedeutet wird.⁵⁸⁴ Der Slogan „Have a break, have a KitKat“ wird in KitKat-Spots durch rot-weiße Schriftinserts als durchgehendes Erinnerungsmerkmal eingeblendet und verwandelt sich im Greenpeace-Video in „Give the orang-utan a break“. Es folgen zusammengeschnittene Aufnahmen von Orang-Utans und gerodeten Waldflächen sowie ein weiterer Appell als Schriftinsert: „Stop Nestlé buying palm oil from companies that destroy the rainforests.“⁵⁸⁵ Die Aufnahmen der gerodeten

⁵⁸³ Siehe diesen Moment der subversiven Wendung im Clip in Abbildung A1 im Anhang A).

⁵⁸⁴ Vgl. in Min 00:39.

⁵⁸⁵ Vgl. in Min 00:39.

Waldflächen erzeugen einen dramaturgischen Bogen zum Anfang des Videos: Sowohl Nestlés Palmölnutzung als auch die Vernichtung vom Zellstoff Papier im Reißwolf haben ihren Ursprung in der Zerstörung von Regenwäldern. In der folgenden Sequenz wird bei dem/der Video-rezipient/in erneut ein Schock auf der visuellen Ebene ausgelöst, wenn der abgeissene Orang-Utan-Finger neben der KitKat-Verpackung in einer immer größer werdenden Blutlache auf dem Bürotisch in Nahaufnahme gezeigt wird,⁵⁸⁶ bevor die Schlussequenz des Videos die Verknüpfung des Gezeigten mit Greenpeace durch Einblendung von dessen grünem Logo und des Website-Links sicherstellt.

⁵⁸⁶ Vgl. in Min 00:52–00:57.

Über YouTube als gemeinsames Display ist dieses Video 1 nicht nur mit dem KitKat-Werbespot intertextuell verknüpft, sondern über das Videomotiv des Großraumbüros auch mit einer anderen Online-Marketingstrategie von KitKat: Die Bildsprache in Video 1 weckt Assoziationen zur englischsprachigen Webserie *Break Training: How to...*, die im YouTube-Kanal von KitKat abrufbar ist und aus verschiedenen zweiminütigen Videos „für Büropausen“ konzipiert wurde wie zum Beispiel *KIT KAT: How to be a smooth phone operator*, *KIT KAT: How to keep your posture proper*, oder *KIT KAT: How to get your fingers fitter*.⁵⁸⁷ Auch das in jeder Folge leise im Hintergrund immer wiederkehrende Telefonklingeln ist identisch mit demjenigen, das im Video 1 hörbar ist. Alle verfügbaren Folgen wurden zwar erst im Laufe des Jahres 2011 auf YouTube geladen, also erst *nach* dem Upload von Greenpeace' Video 1. Diese zeitliche Diskrepanz ist bei der *Rezeption* im Display YouTube nach dem Upload der Serie allerdings nicht mehr relevant, da alle Videos thematisch und nicht chronologisch nebeneinander gelistet werden und so durchaus ein Bezug zwischen den Videos hergestellt werden kann, obwohl es Greenpeace vermutlich nicht als direkte Vorlage diente. Solche Verknüpfungen werden durch die Handlungsinitiative von YouTube als Display offensichtlich: YouTube steuert im Sinne eines Arrangeurs durch Videoempfehlungen die Rezeption der Nutzer/innen. Die Eigenschaft eines offen zugänglichen und veränderbaren Video- und Kommentararchivs ermöglicht

⁵⁸⁷ Vgl. das Video *KIT KAT: How to be a smooth phone operator*, auf YouTube online unter: <http://youtu.be/noholyK8q6Y>; das Video *KIT KAT: How to keep your posture proper*, auf YouTube online unter: <http://www.youtube.com/watch?v=eEsqF9DKrYk&list=PLC3D2B13023A24A58&feature=share&index=9> und das Video *KIT KAT: How to get your fingers fitter*, auf YouTube online unter: <http://youtu.be/DshbnwK0l1c>. Siehe die Screenshots im Anhang A), Abbildung A2.

außerdem, dass die Nutzer/innen im Kommentarbereich zu Video 1 den Bezug dieses Videos zu Nestlés Webserie *Break Training: How to...* herstellen. Damit färbt Nestlés Imageschaden, den Greenpeace 2010 ausgelöst hat, immer wieder auch auf spätere Marketingaktionen ab und macht es Nestlé schwer, Glaubwürdigkeit im Internet (zurück) zu erlangen.⁵⁸⁸ Die deutsche Adaption der KitKat-Webserie *Ulf, der Pausenchef* wurde 2011 von der Werbeagentur JWT mit einem der Hauptdarsteller/innen der erfolgreichen TV-Comedyserie *Stromberg* konzipiert, welche den Büroalltag in deutschen Unternehmen persifliert. Die Webserie *Ulf, der Pausenchef* wurde allerdings nicht im deutschen YouTube-Kanal von KitKat hochgeladen.⁵⁸⁹ Erst über die kommentierende YouTube-Öffentlichkeit werden die zwei Videoformate, die deutsche Adaption der Webserie und das Greenpeace-Protestvideo, in Beziehung zueinander gesetzt:

Jetzt versucht es Nestlé mit ‚Humor‘ zu vertuschen und produziert irgendwelche schlechte Werbung mit einem Strombergdarsteller, tzazz... Ich kaufe schon Jahre nichts mehr wo Nestlé drauf steht.....PS: ja, ich mag unsere Welt (also die reale) (Nutzer/in JaminMusik zu Video 3, 2012)

Genau eine Woche nachdem Greenpeace das Video 1 und das deutschsprachige Pendant Video 2, veröffentlicht hatte, wurde am 24. März 2010 ein weiteres Video im deutschen YouTube-Kanal hochgeladen, um die an Nestlé gestellten Forderungen zu bekräftigen: das Video *Nestlé, KitKat, Orang-Utans* (Video 3).⁵⁹⁰ Das Video hat im Gegensatz zu den Videos 1 und 2 keinen direkten Bezug zu Nestlés Marketingstrategien und dementsprechend keinen Werbespot als Vorlage. Es untermauert sehr plakativ und rein auf visuelle und emotionale Kommunikation setzend erneut die Botschaft, dass Nestlé für die Produktion des KitKat-Schokoladenriegels Palmöl aus indonesischen Regenwäldern nutzt: Ein überdimensional großer KitKat-Riegel holt wie eine Maschine den Wald ab und verletzt dabei Orang-Utan-Babys schwer. Ein Schriftinsert offenbart im Anschluss: „Für Palmölplantagen wird in Indonesien eine

⁵⁸⁸ Vgl. zu diesem Aspekt ausführlich die Diskursebene der Kommentare zu den Videos 1, 2 und 3, die in Kapitel 4.3 vorgestellt wird.

⁵⁸⁹ Die zweiminütigen Folgen von *Ulf, der Pausenchef* sind auf YouTube nicht zu finden, nur im Portal *Myspass.de*, online unter: <http://www.myspass.de/myspass/shows/webshows/ulf-der-pausenchef/>. Auf YouTube stellt allerdings das Video *Ulf, der Pausenchef - Nestlé Kaffee & Schokoladen* im Kanal *ddpaward* (Deutscher Dialogmarketing Award) die Beziehung zwischen den Protesten von Greenpeace und der Serie als Maßnahme innerhalb von Nestlés Reputationsmanagement her. Vgl. das Video online unter: http://youtu.be/abueu-Ppb_BM?list=UUIInUmQFYXk-G9SIfGy6ryvA.

⁵⁹⁰ Vgl. das Video 3 *Nestlé, KitKat, Orang-Utans*, auf YouTube online unter: <http://youtu.be/ToGK3-2Zz8?list=PL6J1Sg6X3cyylZ1gWJx2Qu0sMlgBdl1Q>.

Fläche so groß wie 300 Fußballfelder gerodet.“⁵⁹¹ Die folgende Sequenz intensiviert den Schockmoment durch den schriftlichen bewusst erst später eingeblendeten Zusatz „Stündlich“. Darauf folgt unmittelbar die Einblendung des Nestlé-Logos mit dem Schriftinsert „Kein Palmöl aus Umweltzerstörung!“, bevor die letzte Sequenz erneut ein Orang-Utan-Baby in Nahaufnahme zeigt. Mit dieser weiteren visuellen Verknüpfung der Marke KitKat mit dem produzierenden Unternehmen Nestlé gelingt es Greenpeace, die Kampagne gegen Nestlé über das Produkt KitKat hinaus auszuweiten und auf alle Produkte des Konzerns wirken zu lassen. Greenpeace macht Nestlé ein weiteres Mal zum unfreiwilligen Protagonisten auf YouTube.

⁵⁹¹ Min 00:32.

4.2.2.2 Nestlés Handlungsinitiativen

Greenpeace' Protestvideo verbreitete sich innerhalb kürzester Zeit im Internet und konnte immer wieder neue Akteur/innen in das länderübergreifende Protestnetzwerk einbinden. Durch die globale Berichterstattung haben die Videos 1 und 2 zudem eine sehr große mediale Öffentlichkeit erreicht, welche im Folgenden nachgezeichnet wird. Den viralen Effekt der Videos hat Nestlé jedoch auch selbst massiv verstärkt: Noch am gleichen Tag des Uploads von Video 1 am 17. März 2010 veranlasste Nestlé, das Video mit der Begründung der Urheberrechtsverletzung durch Greenpeace UK von der Plattform YouTube zu löschen. Nestlé entfernte auch das von Nutzer/innen auf der Facebook-Seite von KitKat eingebettete Video 1.⁵⁹² Daraufhin rief Greenpeace UK die Online-Öffentlichkeit auf, selbst Kopien des Videos auf YouTube hochzuladen. Das Video wurde auf der Videoplattform Vimeo geteilt und der Downloadlink des Videos im Greenpeace-Blog zur Verfügung gestellt.⁵⁹³ Der Versuch, Greenpeace' Handlungsmacht einzudämmen, bewirkte somit das Gegenteil: Das Video wurde zwar von YouTube entfernt, aber zahlreiche Nutzer/innen hatten bereits eigene Kopien in unterschiedlichen sozialen Netzwerken hochgeladen, sodass dieser Akt der Zensur dazu führte, dass die Videos noch mehr Aufmerksamkeit erlangten. Das Video ist auf

⁵⁹² Vgl. die Facebook-Seite von KitKat online unter: <https://de-de.facebook.com/kitkatde>. Vgl. den Screenshot dazu im Anhang A), Abbildung A3.

⁵⁹³ Vgl. den Beitrag „Nestle try to censor our advert, get it pulled from Youtube“ inklusive einem offenen Brief an Nestlés PR-Abteilung von Nutzer/in Christian. In: *Greenpeace Blog* (17.03.2010), online unter: <http://www.greenpeace.org.uk/blog/forests/nestle-censor-our-advert-and-get-it-pulled-youtube-20100317>.

diese Weise weiter auf YouTube präsent und kann genauso wenig aus der (Online-) Öffentlichkeit eliminiert werden wie die Proteste und der Diskurs in den Kommentaren. Durch die Videolöschung machte sich Nestlé selbst zum Zentrum eines weiteren gewaltigen *shitstorms* sowohl in der medialen Berichterstattung als auch in den Nutzerkommentaren. Laut dem Hamburger Abendblatt habe Nestlé „in Sachen Social Media so ziemlich alles falsch gemacht“, es reagiere mit „Zensur statt Dialog“⁵⁹⁴. Nestlés Verhalten wurde als „PR-Debakel“ deklariert, das „lawinenartig“ den „Streisand-Effekt“ als „Reiz des Verbotenen“ auslöste.⁵⁹⁵ Auch die Videokommentator/innen kritisierten nicht nur die von Greenpeace monierte Urwaldzerstörung, sondern auch den Akt der Videolöschung selbst:

danke nestle, dass ihr versucht habt diese Wahrheit zu vertuschen indem ihr die videos auf youtube löschen lasst. denn nun gibt es tausende mirrors :D :D nestle? - jetzt nicht mehr! (Nutzer/in MrThePoly zu Video 2, 2010)

*Ohne die Reaktion von Nestle wäre ich nie auf dieses Video aufmerksam geworden. (Nutzer/in unmacaque zu Video 2, 2010)*⁵⁹⁶

Nestlés Handlungsinitiative löste somit heftige Reaktionen aus, sodass die von Greenpeace hergestellte Gegenöffentlichkeit zu Nestlé vom Unternehmen selbst nur noch intensiviert wurde. Neu an dieser Eigendynamik in sozialen Netzwerken ist, dass der Akt der Zensur nicht nur sofort kommentiert wird, sondern die zensierten Inhalte selbst durch die Handlungsmacht der Nutzer/innen sofort wieder verfügbar sind und distribuiert werden. Die Nutzer/innen luden zudem eigene Videoantworten hoch, die die veranlasste Sperrung des Videos thematisierten, wie zum Beispiel das parodistische Video-Cartoon des/der YouTube-Nutzer/in online journalist mit dem Titel *Nestle staff chat about the Greenpeace Kit Kat video*, das noch am gleichen Tag des Uploads von Video 1 und 2 auf YouTube gestellt wurde.⁵⁹⁷ Es wird deutlich, wie sehr Nestlé zunächst zu einem unfreiwilligen Akteur der Kampagne wird, der dann aber durch die bewusste Videozensur selbst

⁵⁹⁴ Volker Ter Haseborg: „Greenpeace gegen Nestlé: Wenn ein Netzwerk zur Waffe wird“. In: *Hamburger Abendblatt online* (25.03.2010), online unter: <http://www.abendblatt.de/kultur-live/article1433815/Greenpeace-gegen-Nestle-Wenn-ein-Netzwerk-zur-Waffe-wird.html>.

⁵⁹⁵ O.V.: „Schockvideo von Greenpeace wird für Nestlé zum PR-Debakel“. In: *Horizont.net* (18.03.2010), online unter: http://www.horizont.net/aktuell/marketing/pages/protected/Schockvideo-von-Greenpeace-wird-fuer-Nestle-zum-PR-Debakel_90941.html.

⁵⁹⁶ In diesem Sinn auch Nutzer/ in ncv1212 zu Video 1, 2010: „The Kit Kat Company is disgusting for both buying palm oil from those people, and trying to take this Video down.“

⁵⁹⁷ Vgl. das Video *Nestle staff chat about the Greenpeace Kit Kat video*, seit 17.03.2010 online auf YouTube unter: <http://youtu.be/QQL8Qfyz-cMS>. Auch innerhalb der Videokommentare zu diesem Video wird der Bezug zu Video 1 hergestellt, vgl. den Kommentar von Nutzer/ in richardbrooks, 2010: „That is some funny stuff. Guess who got fired? over 100,000 hits on the original kit kat Video in 24 hours“.

⁵⁹⁸ Oliver Mark: „Facebook-Krieg – Kein Friede zwischen Greenpeace und Nestlé“. In: *derStandard.at* (14.04.2010), online unter: <http://derstandard.at/1269449663787/Community-Facebook-Krieg-Kein-Friede-zwischen-Greenpeace-und-Nestle>.

die Gegenöffentlichkeit der Proteste intensivierte. So wurde „jegliche Glaubwürdigkeit verspielt“, wie die österreichische Zeitung *Der Standard* konstatierte.⁵⁹⁸

Auf die von Greenpeace erhobenen Vorwürfe der Urwaldzerstörung durch Palmölnutzung reagierte Nestlé mit einer auf Deutsch und Englisch veröffentlichten Pressemitteilung und betonte, dass Verträge nicht mit Sinar Mas direkt, sondern nur mit dem Zwischenlieferanten Cargill bestünden und Cargill Sinar Mas bereits beauftragt habe, bis zum 30. April 2010 Greenpeace' Forderungen nachzukommen. Außerdem werde Nestlé ab 2015 ausschließlich das vom RSPO zertifizierte Palmöl einsetzen.⁵⁹⁹ Diese Maßnahme war allerdings keine Neuigkeit, denn sie wurde bereits in der anfangs erwähnten Pressemitteilung vom 26. Oktober 2009 verkündet.

Greenpeace war mit diesen Zugeständnissen noch nicht zufrieden, da die Kriterien für die RSPO-Zertifikate zu „lax“ seien und Nestlé verschweige, dass es „seinen Palmöl-Bedarf international in den letzten 3 Jahren auf 320.000 Tonnen verdoppelt hat“, wie in einem Eintrag im Blog von Greenpeace vom 18. März 2010 zu lesen ist.⁶⁰⁰ Außerdem bemängelt Greenpeace, dass nur Nestlé Indonesien direkte Verträge mit Sinar Mas habe und somit auch die Verträge mit dem Zwischenhändler Cargill gekündigt werden müssten.⁶⁰¹ Der *shitstorm* gegen Nestlé wurde so stark, dass das Unternehmen ein weiteres Mal seine vermeintliche Handlungsmacht nutzte, um den Diskurs einzudämmen: Die Facebook-Seite des Produkts KitKat wurde am 19. März 2010 aufgrund der zahlreichen Proteste gesperrt,⁶⁰² was die Wut der Nutzer/innen in sozialen Netzwerken, in Blogs und auf Twitter nur weiter anheizte.⁶⁰³ Als Reaktion gründeten Nutzer/innen eigene Facebook-Gruppen mit Namen wie „your Nestle comments won't get deleted here“⁶⁰⁴. Zudem luden sie veränderte Nestlé-Logos⁶⁰⁵ als ihre eigenen Profilbilder hoch, um die Diskussionen in der selbst etablierten Gegenöffentlichkeit zu Nestlé fortführen zu können und diese durch eine visuell eindrucksvolle Performanz in ihren Nutzerprofilen zu ergänzen.

⁵⁹⁹ Vgl. die englische Pressemitteilung vom 16.03.2010 von Nestlé, online unter: <http://www.nestle.co.uk/media/pressreleases/greenpeace-report>. Die deutsche Pressemitteilung mit der Stellungnahme zu Greenpeace ist online nicht mehr verfügbar, da das Archiv der einsehbaren Pressemitteilungen auf der Website nur noch bis 2011 zurückreicht.

⁶⁰⁰ Vgl. Benjamin Borgerding: „Nestlé in Erklärungsnot“. In: *Greenpeace Blog* (18.03.2010), online unter: <http://blog.greenpeace.de/blog/2010/03/18/nestle-in-erklarungsnot/>. Vgl. zur Kritik von Greenpeace am Siegel RSPO auch: Siegrid Totz: „Nestlé redet sich raus“. Auf der Website von Greenpeace (18.03.2010), online unter: <https://www.greenpeace.de/node/7433>: „Der RSPO existiert seit 2005, dennoch konnte die rasante Abholzung der wertvollen indonesischen Wälder nicht gestoppt werden. Es ist unverantwortlich, sich beim Thema Urwaldzerstörung auf den RSPO als Lösung zu verlassen“.

⁶⁰¹ Vgl. Totz: „Nestlé redet sich raus“ (online).

⁶⁰² Vgl. Björn Jettka: „KitKat-Fanseite – zur digitalen Lücke degradiert“. In: *Greenpeace Blog* (19.03.2010), online unter: <http://blog.greenpeace.de/blog/2010/03/19/kitkat-fanseite/>.

⁶⁰³ Vgl. dazu Emily Steel: „Nestlé Takes a Beating on Social-Media Sites. Greenpeace Coordinates Protests Over Food Giant's Palm-Oil Purchases“. In: *The Wall Street Journal Online* (29.03.2010), online unter: <http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702304434404575149883850508158>.

⁶⁰⁴ Siehe die Facebook-Gruppe mit dem Namen „your Nestle comments won't get deleted here“, gegründet am 19.03.2010, online unter: <https://www.facebook.com/your-nestle-comments-wont-get-deleted-here/>.

com/pages/Your-Nestle-comments-wont-get-deleted-here/100384110002109.

⁶⁰⁵ Vgl. Beispiele solcher Logos in: Oliver Hermes: „Ein Weltkonzern scheitert an Social Media“. In: *Absatzwirtschaft Online* (28.04.2010), online unter: <http://www.absatzwirtschaft.de/ein-weltkonzern-scheitert-an-social-media-9287/>.

⁶⁰⁶ Vgl. das Video *Greenpeace-Protest vor der Nestlé-Zentrale*, seit 15.04.2010 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/VEbTMWtvfGk>. Vgl. auch: Michelle Bayona: „Nestlé-Aktionärsversammlung bekommt Besuch von Kletterern und Orang-Utans“. In: *Greenpeace Blog* (15.04.2010), online unter: <http://blog.greenpeace.de/blog/2010/04/15/nestle-aktionersversammlung/>.

⁶⁰⁷ Vgl. den Brief als PDF mit dem Absenderdatum vom 13.04.2010 auf der Nestlé Global Website, online unter: http://www.nestle.com/asset-library/documents/media/statements/greenpeace_letter_nestle_chairman.pdf.

⁶⁰⁸ Vgl. Michelle Bayona: „Hilferuf auf KitKat-Riegel“. In: *Greenpeace Blog* (06.05.2010), online unter: <https://www.greenpeace.de/node/7559>. Eine genaue Chronik der Ereignisse aus Greenpeace' Sicht ist hier zu finden: Michelle Bayona: „Kampagnen-Update 2: Nestlé, KitKat und das Palmöl“. In: *Greenpeace Blog* (11.05.2010), online unter: <https://www.greenpeace.de/themen/waelder/kampagnen-update-2-nestle-kitkat-und-das-palmoel>.

⁶⁰⁹ Adianto P. Simamora: „Govt drops designating plantations as forests“. In: *The Jakarta Post Online* (14.10.2010), online unter: <http://www.thejakartapost.com/news/2010/04/14/govt-drops-designating-plantations-forests.html>.

Im April fanden weitere von Greenpeace organisierte öffentliche Protestaktionen vor den Nestlé-Zentralen in Amsterdam, Croydon und Jakarta statt, die ihren Höhepunkt auf den Aktionärsversammlungen am 15. April 2010 in den Firmenzentralen in der Schweiz und in Frankfurt fanden. Die Nestlé-Mitarbeiter/innen in Frankfurt wurden mit dem Vorwurf der Urwaldzerstörung nicht nur durch ein großes Banner am Gebäude konfrontiert, wie bei den ersten Protesten im März, sondern nun auch direkt durch Reaktionen der empörten Online-Öffentlichkeit, indem eine riesige Leinwand vor dem Firmengebäude, die „Twitterwall“, Live-Tweets von Nestlé-Kund/innen anzeigte.⁶⁰⁶ Hier wurde der Einbruch der in der Online-Öffentlichkeit geführten Diskurse in Nestlés Handlungsraum visuell eindrucksvoll im öffentlichen Raum dargestellt.

Einen Tag später, am 16.04.2010, nahm Nestlés Vorstandsvorsitzender Peter Brabeck-Letmathe in einem an Greenpeace adressierten Brief Stellung zu den Vorwürfen und versicherte darin, dass alle Verträge mit Sinar Mas gekündigt seien. Außerdem argumentierte er mit dem Verweis auf die Praktiken anderer Unternehmen: Laut dem Vorstandsvorsitzenden mache Palmölnutzung bei Nestlé nur einen Anteil von 0,7% der weltweiten Produktion aus, während für die Gewinnung von Biodiesel weitaus höhere Mengen verbraucht würden.⁶⁰⁷ Diese Aussagen führten aber nicht dazu, dass Greenpeace seinen Protest stoppte: Die Organisation veranstaltete weitere Protestaktion in mehreren Ländern. Anfang Mai klebten Aktivist/innen in Supermärkten zum Beispiel heimlich Protestaufkleber auf die KitKat-Riegel in den Regalen.⁶⁰⁸

Währenddessen trat noch ein weiterer Akteur in Erscheinung, der in der bisherigen Medienberichterstattung und auch in den Meldungen von Greenpeace und Nestlé kaum thematisiert wurde: Die indonesische Regierung gab bekannt, künftig stärker gegen illegale Waldrodung vorgehen zu wollen.⁶⁰⁹ Am 16. Mai 2010 kündigte Nestlé schließlich an, eine Partnerschaft mit The Forest Trust (TFT) eingehen zu wollen, um gemeinsam „Responsible Sourcing Guidelines for palm oil“ zu entwickeln und einen Aktionsplan für Lieferanten zu erarbeiten. Bis

2015 solle ausschließlich zertifiziertes Palmöl für die Konsumgüterproduktion genutzt werden, bis 2011 bereits 50%.⁶¹⁰ Nestlé hat bereits im Jahr 2013 die für 2015 gesteckten Ziele erreicht.⁶¹¹ Allerdings ist zu beachten, dass dieses von RSPO zertifizierte Palmöl nicht gleichzusetzen ist mit der lückenlosen Transparenz der Herkunft des Palmöls, wie Nestlé 2012 zum Thema „verantwortliche Ressourcengewinnung“ auf der eigenen Website zusammenfasste: „Our next step is to achieve 95% traceable and 70% responsibly sourced palm oil by 2015.“⁶¹² An diesen, im Mai 2010 noch nicht so detailliert kommunizierten Unterschieden zwischen verschiedenen Zertifikaten und Gütesiegeln wird deutlich, wie komplex die Prozesse des Palmölanbaus sind und dass die damals von Greenpeace als „Riesenerfolg“⁶¹³ gefeierten Schritte im Nachhinein nur als Auftakt einer zunehmend transparenteren Palmölgewinnung gelten können.

Greenpeace selbst nutzte Nestlés Einlenken im Mai 2010 als Reaktion auf die Proteste und warb mit ihnen als *Best-Practice*-Beispiel für die Überleitung zu weiteren Protesten. Greenpeace stellte dabei die Relevanz der Internetnutzer/innen als Protestakteur/innen in den Fokus: In Videos, die den Protestverlauf dokumentieren⁶¹⁴, in Texten auf den eigenen Greenpeace-Blogs⁶¹⁵ und auch auf der von Greenpeace UK veröffentlichten rot-weißen Microsite mit dem an das KitKat-Markenlogo angelehnten Schriftzug „Killer“, auf der zu lesen ist: „Success! You made Nestlé drop dodgy palm oil. [...] Now we need to move straight on to the next big player in the palm oil industry - banking giant HSBC.“⁶¹⁶ In diesem Sinn loben auch die Online-Medien Nestlés Reaktion weitgehend als Musterbeispiel dafür, welchen Einfluss die Online-Öffentlichkeit üben kann und welche konkreten Handlungen den Dynamiken in sozialen Netzwerken entspringen können: „Ein Massen-Protest kann Unternehmen bewegen“⁶¹⁷, „Nestlé lenkt nach Greenpeace-Kritik ein“⁶¹⁸ beziehungsweise „online protest drives Nestlé to environmentally friendly palm oil“⁶¹⁹ wie *Independent Online* schreibt. Als Ausnahme erscheint dagegen der Bericht in der linksliberalen Zeitung *derFreitag*, in der Greenpeace

⁶¹⁰ Vgl. die Pressemitteilung von Nestlé UK am 16.05.2010, online unter: <http://www.nestle.co.uk/media/press-releases/nestlepartners-foresttrust> und vgl. das Update aus dem Jahr 2012 auf der Nestlé Global Website, online unter: <http://www.nestle.com/Media/Statements/Pages/Update-on-deforestation-and-palm-oil.aspx>.

⁶¹¹ Vgl. den *Progress Report Palm Oil* von August 2013 auf der Website von Nestlé Global, online unter: <http://www.nestle.com/asset-library/documents/creating-shared-value/responsible-sourcing/progress-report-palm-oil-autumn-2013.pdf>.

⁶¹² Vgl. die Pressemitteilung vom 20.10.2012 von Nestlé Global, online unter: <http://www.nestle.com/media/statements/update-on-deforestation-and-palm-oil>.

⁶¹³ Michelle Bayona: „Erfolg: Nestlé will Urwald schützen“. Auf der Website von Greenpeace (17.05.2010), online unter: <http://www.greenpeace.de/themen/waelder/erfolg-nestle-will-urwald-schuetzen>.

⁶¹⁴ Vgl. die Angaben im YouTube-Video *Warum KitKat schlecht für Orang-Utans ist* (online).

⁶¹⁵ Vgl. Jamie: „Success! You made Nestlé drop dodgy palm oil! Now let's bank it with HSBC“. In *Greenpeace Blog* (17.05.2010), online unter: <http://www.greenpeace.org.uk/blog/forests/success-you-made-nestle-drop-dodgy-palm-oil-now-lets-bank-it-hsbc-20100517>.

⁶¹⁶ Nestlé: Microsite „Killer. Give the orang-utan a break“, online unter: <http://www.greenpeace.org.uk/files/po/index.html>.

⁶¹⁷ O.V.: „Erfolgreiche Anti-KitKat-Kampagne“. Auf der Website von Utopia (17.05.2010), online unter: <http://www.utopia.de/magazin/unternehmen>.

greenpeace-vs-nestle-erfolgreiche-anti-kitkat-kampagne-video-schokoriegel.

⁶¹⁸ AFP: „Nestlé lenkt nach Greenpeace-Kritik ein“. In: *Zeit Online* (18.03.2010), online unter: <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2010-03/nestle-regenwald>.

⁶¹⁹ Martin Hickman: „Online protest drives Nestlé to environmentally friendly palm oil“. In: *The Independent online* (19.05.2010), online unter: <http://www.independent.co.uk/environment/green-living/online-protest-drives-nestle-to-environmentally-friendly-palm-oil-1976443.html>.

⁶²⁰ Felix Werdermann: „Zweifelhafter Erfolg für Greenpeace“. In: *derFreitag Online* (19.05.2010), online unter: <http://www.freitag.de/auto-ren/felix-werdermann/zweifelhafter-erfolg-fur-greenpeace>.

⁶²¹ Auch in manchen Blogs sind kritische Stimmen gegen Greenpeace' Vorgehensweise zu finden. Da sich die vorliegende Studie jedoch auf die YouTube-Öffentlichkeit konzentriert, würde die Analyse der gesamten themenbezogenen Blog-Öffentlichkeit den Rahmen sprengen und vom Thema weg führen. Vgl. zum kritischen Diskurs in den Blogs zum Beispiel folgende Einträge: O.V.: „Greenpeace vs. Nestlé – gerechter Kampf um die Sache oder Propaganda ohne Rücksicht auf Verluste?“. In: *talk-about communications blog* (21.10.2010), online unter: <http://www.social-media-krise.de/greenpeace-vs-nestle-gerechter-kampf-um-die-sache-oder-propaganda-ohne-rucksicht-auf-verluste/> sowie O.V.: „Alles konstruiert. Nestlé zu verurteilen hilft weder dem Urwald noch dem Orang-Utan“. In: *talk-about communications blog* (21.11.2010), online unter: <http://www.social-media-krise.de/alles-konstruiert>.

nur ein „zweifelhafter Erfolg“ zugestanden wird, da Nestlé durch die Kooperation mit der TFT „nur tief in die Kiste mit den Werbetricks gegriffen“ habe.⁶²⁰

In Anlehnung an den durch diesen Zeitungsartikel initiierten Diskurs lassen sich auch in der YouTube-Öffentlichkeit nicht nur Multiplikator/innen des Protestes gegen Nestlé identifizieren, sondern es formiert sich auch eine kritische Gegenöffentlichkeit zu Greenpeace selbst.⁶²¹ Die in den Videokommentaren schriftlich dokumentierte Kommunikation der YouTube-Nutzer/innen ergänzt damit als weiterer Akteur neben Greenpeace, Nestlé und den Online-Medien die entstandene Netzwerköffentlichkeit. Dieser Teil der YouTube-Öffentlichkeit wird im folgenden Kapitel anhand der Diskursebene der Kommentare zu den Videos 1, 2 und 3 sichtbar gemacht.

4.3 Videokommentare als Spiegel des Protestverlaufs

The action is good, the reason is good, but this vid is really disgusting. Is this absolutely necessary to get the message to the people? (Nutzer/in FlyingVorstin zu Video 1, 2010)

@FlyingVorstin greenpeace uses this as a way of making people respond to the Video and to get it talked about (Nutzer/in stupidpasswordgo-away zu Video 1, 2010)

Dieser Dialog im Kommentarbereich zu Video 1 fasst die Mechanismen und Ziele von Protestvideos in der Netzwerköffentlichkeit prägnant zusammen. Die Reflexion über das Video gehört zur Inszenierung des Protestes und wird von Greenpeace bewusst bei der Konzeption der Videodramaturgie mitbedacht. Allerdings kann auf den Verlauf des Protestdiskurses im Internet auch vom initiiierenden Akteur Greenpeace kein determinierender Einfluss genommen werden: Die Diskursebene der Videokommentare zeigt, dass entgegen der skizzierten dominierenden Berichterstattung der Diskurs zum Fall Greenpeace

gegen Nestlé in der Online-Öffentlichkeit nicht ausschließlich in eine Richtung pro Greenpeace contra Nestlé geführt wurde. Die mit der Methode der Inhaltsanalyse ausgewerteten Kommentarinhalte zu den Videos 1, 2 und 3 sind aufschlussreiche Dokumentationen und empirisch analysierbare Spuren von Akteurshandlungen. Die schriftliche Verlaufsdocumentation und die Protokollierung von Handlungen, die für alle Akteur/innen jederzeit einsehbar sind, bilden damit wiederum selbst (technologische) Akteure, da sie die anderen Akteur/innen erneut zu Handlungen ermächtigen, indem sie die Kommentare lesen, darauf reagieren und sich so das um die drei Videos entstandene Akteursnetzwerk immer stärker erweitert, wobei sich die Diskurse wie in Kettenreaktionen nachverfolgen lassen.

nestle-zu-verurteilen-hilft-
weder-dem-urwald-noch-
dem-orang-utany/.

4.3.1 Quantitative Verteilung der Kommentarinhalte

Bei der Inhaltsanalyse der Videokommentare wurden alle Einträge berücksichtigt, die seit dem jeweiligen Upload der Videos bis zum 03. Mai 2014 von den YouTube-Nutzer/innen gepostet wurden. Bei dieser Inhaltsanalyse ist grundlegend, dass sie als Gegenstand der Rezeptionsforschung nicht die ästhetische Wertung und subjektive Beurteilung durch die Nutzer/innen untersuchen soll. Wie viele Nutzer/innen das jeweilige Video tatsächlich mögen und als ‚gut‘ bewerten, ist für diese Analyse irrelevant. Dementsprechend konstatiert Marion G. Müller, als Vertreterin der visuellen Kommunikationsforschung: „[E]ntscheidend für die Qualifikation als Forschungsobjekt ist die visuelle Form und nicht die gestalterische Qualität“⁶²².

Das heißt, die Leitfrage bei den Analysen war, welche Themen in dieser um das Video herum entstandenen Öffentlichkeit von den Nutzer/innen aufgegriffen und diskutiert werden, und wie die in der Tabelle 1 in Kapitel 4.2.1 dargestellten Protestakteur/innen in den Kommentarinhalten auftreten. Eine Unterteilung in Subcodes wurde immer dann vorgenommen, wenn sich der Obercode im fortgeschrittenen Codierprozess als zu allgemein herausgestellt hatte und in Hinblick auf das Thema der Studie eine spezifischere Einteilung sinnvoll

⁶²² Marion G. Müller: *Grundlagen der visuellen Kommunikation*. Konstanz: UVK 2003, S. 13 (=UTB für Wissenschaft Bd. 2414).

erschien, oder wenn sich zum Beispiel ein bestimmter Kommentarinhalt bei verschiedenen Nutzer/innen so oft wiederholt hatte, dass sich daraus „in vivo codes“⁶²³ bilden ließen. Die Codebezeichnung ergibt sich hier aus dem Kommentartext heraus, also aus Begriffen, die die Kommentator/innen selbst verwenden. Im Sinne einer Kombination von induktiver und deduktiver Vorgehensweise wurden bei den Videos 2 und 3 die zu Video 1 erstellten Codes⁶²⁴, soweit möglich, als ‚Raster‘ angewandt und neue Kommentarinhalt und Themen zusätzlich ergänzend aufgenommen. Beim Codieren der Inhalte wurde jedem Kommentar mindestens ein Code zugewiesen, das heißt, es wurde mindestens ein Kommentarinhalt pro Kommentar zugewiesen, aber es konnten auch, wie in qualitativen empirischen Analysen möglich, mehrere Themencodes pro Kommentar vergeben werden.⁶²⁵ Das Farbdigramm 1 zeigt die *quantitative* Verteilung der zu den jeweiligen Videos gehörenden Kommentarinhalt auf die sieben Codes, die durch offenes Codieren aus dem Material heraus identifiziert wurden.⁶²⁶ In den 651 Kommentaren, die zu Video 1 ausgewertet wurden, sind 980 Kommentarinhalt codiert worden, in den 283 Kommentaren zu Video 2 waren es 474 Kommentarinhalt und in den 267 Kommentaren zu Video 3 insgesamt 425 Inhalte.

Der Code ‚Nestlé/KitKat‘, der 29% (Video 1), 31% (Video 2) und 35% (Video 3) der Kommentarinhalt ausmacht, und der Code ‚Video (direkter Bezug)‘, der 28% (Video 1), 16% (Video 2) und 21% (Video 3) der Kommentarinhalt beträgt, wurden am häufigsten vergeben. Darauf folgt der Code ‚Andere Kontexte‘ mit Themen, die erst durch die Kommentator/innen selbst in den Protestdiskurs gelangen und nicht aus den Videos aufgegriffen wurden, mit 13% an Kommentarinhalt zu Video 1, sogar 26% zu Video 2 und 19% zu Video 3. Die Codes ‚Greenpeace‘ (mit Themen rund um den Verein und seine Tätigkeiten) und die ‚gegenseitige Kritik der Kommentatoren‘⁶²⁷ an anderen Kommentarinhalt sind mit Werten zwischen 9 und 12% beziehungsweise 7 bis 9% fast gleichmäßig verteilt. Schließlich wurden noch die Codes ‚YouTube/Internet‘ und ‚sonstige

⁶²³ Anselm L. Strauss: *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Cambridge: Cambridge University Press 1987, S. 33.

⁶²⁴ Wenn im Folgenden von Codes in Bezug auf die verschiedenen Videos 1 bis 3 die Rede ist, sind immer die Videokommentare als Referenzwert gemeint, nicht die Videos selbst. Die vereinfachte Formulierung „Codes zu Video 1, 2 oder 3“ erleichtert den Lesefluss.

⁶²⁵ Vgl. die Ansicht der Software Maxqda zum Prozess des Codierens der Videokommentare im Anhang A), Abbildung A4. Die Liste aller Codes inklusive Subcodes je Video samt Häufigkeiten ist im Anhang A), Tabelle TA1-TA3 zu finden.

⁶²⁶ Im Farbdigramm 1 treten zur besseren Übersicht nur diese sieben Codes auf, in der anschließenden qualitativen Auswertung werden anhand von Beispielskommentaren auch ausgewählte, besonders relevante Subcodes vorgestellt.

⁶²⁷ In allen folgenden Kapiteln und im Anhang werden bei den Codebezeichnungen zur besseren Übersichtlichkeit nur die männlichen Bezeichnungen genannt. Die weiblichen Formen sind hierbei ebenfalls immer gemeint.

Inhalte' in sehr geringem Maß vergeben. (4 bis 6% beziehungsweise 4 bis 7%).⁶²⁸

Im folgenden Kapitel folgt auf Basis dieser quantitativen Themenverteilung die *qualitative* Auswertung der Inhaltsanalyse mit Beispielen zu Kommentaren aus den einzelnen Codes und ihren Subcodes. Sie zeigt als Ergänzung zur quantitativen Verteilung der Kommentarinhalte, *wie* die Videokommentare als Akteure zur Etablierung einer Gegenöffentlichkeit zum Konzern Nestlé beitragen. Das Ergebnis der Inhaltsanalyse verdeutlicht, dass die Kommentator/innen einerseits als Multiplikator/innen des Protestes auftreten und andererseits als kritisches Korrektiv zu Greenpeace' Handlungsmacht.

4.3.2 Kommentator/innen als Multiplikator/innen des Protestes

Anhand vieler Videokommentare wird deutlich, wie stark es Greenpeace im Zusammenspiel mit der Vielzahl der Internetnutzer/innen als zusätzlichen Protestakteur/innen gelingt, Nestlé zum unfreiwilligen Akteur der entstehenden Netzwerköffentlichkeit zu machen. Der folgende Kommentar steht exemplarisch für diesen Aspekt, da er den hohen Stellenwert der Kommentator/innen als aktiv eingreifende Akteur/innen im Diskurs zwischen Greenpeace und Nestlé hervorhebt:

this is actually shocking. Nestlé need to stop this now. i am backing Greenpeace fully on this. + well done for getting people to notice the changes! there has been a lot of comments. keep up the good work!!
(Nutzer/in hollyisageek zu Video 1, 2010)

Der bei allen drei Videos am häufigsten vergebene Code ‚Nestlé/KitKat‘ setzt sich aus verschiedenen Subcodes zusammen, von denen die Kritik am Unternehmen den größten Anteil aller drei Videos ausmacht.⁶²⁹ In ihrer Eigenschaft als Akteur/innen im Netzwerk der Gegenöffentlichkeit zu Nestlé stellen einige Nutzer/innen die Komplexität und Reichweite des Palmölanbaus dar und bekräftigen oder ergänzen damit die Videobotschaften aus Video 1, 2 und 3. Damit fungieren die Kommentator/innen – wie von Greenpeace beabsichtigt

⁶²⁸ Auf diese Werte wird bei Bedarf im Rahmen der qualitativen Analysen in den Kapiteln 4.3.2 bis 4.3.5 zurückgegriffen.

⁶²⁹ Vgl. alle Codes und Subcodes in Anhang A), Tabelle TA1-TA3. Die weiteren Subcodes neben der ‚Kritik‘ an Nestlé sind dessen ‚Verteidigung‘, ‚allgemeine/neutrale‘ Aussagen zu Nestlé, das Thema der eingeleiteten ‚Veränderungen durch den Protest‘ (neue Palmölnutzungsrichtlinien u. a.), die ‚Kooperation zwischen Google-Android-Betriebssystem und KitKat‘ sowie das ‚Fair-Trade-Logo auf KitKat‘. Diese Subcodes werden in den folgenden Kapiteln anhand von Kommentarbeispielen detailliert veranschaulicht.

– als Multiplikator/innen des Protestes. Die Kommunikationsbotschaften der Akteure Greenpeace und Nestlé werden explizit wiederholt:

The Video [is] not about all chocolate companies using palm oil in their products, it is about the fact that Nestle uses palm oil from the company Sinar Mar in their products. Sinar Mar is well known for non-sustainable palm oil production, breaking Indonesian laws, and destroying Orangutan habitat. (Nutzer/in krsnamayi zu Video 1, 2010)

Das Problem ist nur, dass es nichts nützt dass Nestle der indonesischen Palmölfirma Sinar Mas die Verträge eventuell kündigt. Das Palmöl gelangt dann halt über Zwischenhändler an Nestle. Die brauchen immerhin 320000 Tonnen davon jedes Jahr. Das ist nur einer von vielen schrecklichen Skandalen von Nestle... (Nutzer/in FoX Por zu Video 2, 2011)

An diesem zweiten Kommentar wird deutlich, dass die Nutzer/innen ihrerseits über die Diskursebene der Videokommentare zusätzlich zu den Narrativen im Video Inhalte aus anderen Quellen in die Diskussion auf YouTube einbringen. Der indonesische Palmölhersteller Sinar Mas kommt hier explizit zur Sprache, von Greenpeace selbst wird er hingegen in den Videos und Einleitungstexten auf YouTube nicht namentlich genannt, nur in Berichten auf der Website und im Blog sowie von Nestlé in den in Kapitel 4.2.2.2 skizzierten Pressemitteilungen.

Manche Nutzer/innen geben zudem konkrete Handlungsanweisungen an die YouTube-Öffentlichkeit:

If you love our planet there are three steps, the least you can do: 1.Go to the website above (on the description) choose your country and sign the petition 2.tell everyone about this (you can send the Video to friends) 3.stop buying this chocolate and of course other nestle products. (Nutzer/in AnimalsRightToDance zu Video 1, 2010)

If anyone signs the petition on the Greenpeace website, it'll get the attention of the Nestle boss easier if it's written out by yourself. I

changed the header and re-wrote the main body of text in my email, using the one Greenpeace had written as a guide. It doesn't have to be long - if you disagree with what they're doing, just tell them you're a customer that isn't happy they're destroying rainforests. (Nutzer/in arwayen zu Video 1, 2010)

Durch diesen Selbstbezug der Kommentare kommt die für den Protest maßgebliche Verflechtung von Protestöffentlichkeiten online und offline zur Geltung. Genau diese Wirkung der Kommentare im Internet wollte Greenpeace durch die bereits erwähnte Installation der Twitterwall vor der Nestlé-Zentrale in Frankfurt am Main erzielen. Der Kommentar fungiert hier als wesentlicher Akteur, indem er den Online-Diskursraum mit den Geschehnissen außerhalb des Internets verknüpft. Dies wird auch im folgenden Kommentar zu Video 1 deutlich, in dem die Proteste vor dem Nestlé-Firmensitz in England thematisiert werden.

Powerful stuff! Stumbling across the protest at Nestlé's HQ in Croydon today it is quite obvious that Greenpeace are a very well organised, creative and passionate movement. [...]. (Nutzer/in steveatkdesign zu Video 1, 2010)

Durch diese persönliche Erzählperspektive sorgen die Kommentator/innen für eine höhere Glaubwürdigkeit der Kampagne, nutzen den Diskursraum aber auch zur Selbstdarstellung:

Great advert i was at the protest and shot a little Video of what greenpeace was doing. Really cool click on me to see it (Nutzer/in Ernest Simons zu Video 2, 2010)

Das Narrativ der offen kommunizierten, unmittelbaren Betroffenheit von Nestlés Handlungsinitiativen dient ebenfalls dazu, neue Mitstreiter/innen der Kampagne zu mobilisieren:

I am Indonesian, and I need every body's help to stop deforestation in Sumatra, Kalimantan, and West Papua. Thanks to GP for campaign.

⁶³⁰ Vgl. ebenso Nutzer/in Miss UniqueRose zu Video 1, 2011: „I'm from Indonesia, I feel sad with it...“.

*Many giant companies there that control the Indonesian corrupt government. Rich is getting rich and poor is getting poorer. That is a fact what is going on in Indonesia. (Nutzer/in backpackerchef zu Video 1, 2011)*⁶³⁰

Des Weiteren präsentieren Nutzer/innen aus anderen Herkunftsländern Erfolgsbeispiele vergangener Proteste und mobilisieren so die YouTube-Öffentlichkeit für Greenpeace' Aktionen, wie der folgende Kommentar exemplarisch zeigt:

⁶³¹ Vgl. ebenso Nutzer/in hebrewfelix zu Video 1, 2010: „Well Done Greenpeace. We are also fighting General Mills in New Zealand and Australia to stop using Palm Oil“.

*Cadbury chocolates did the same with their Australian markets. Because their customers were educated about Palm Oil, after two months, and much public outcry, Palm Oil was removed after two months of incorporation. We CAN do the same with Nestle. (Nutzer/in alvloong zu Video 1, 2010)*⁶³¹

Die YouTube-Nutzer/innen drücken ihre Kritik an Nestlé außerdem durch den direkten Bezug auf die Videodramaturgie aus. Dies wird im Rahmen des Codes ‚Video (direkter Bezug)‘ erfasst. Der Code beinhaltet neben dem Subcode ‚Dramaturgie, Bildästhetik, Titel‘ auch den Subcode ‚Beurteilung‘ des Videos. Der Subcode ‚Dramaturgie, Bildästhetik, Titel‘ ist wiederum in die beiden Subcodes der Narrative ‚Regenwald/Orang-Utans‘ und ‚Blutiger Finger‘ unterteilt, die im Kapitel 4.3.5 im Rahmen der Kritik der Nutzer/innen an Greenpeace anhand von Kommentarbeispielen näher erläutert werden.

good job of raising awareness in the general public that there is a connection between Nestlé and deforestation in less than 60 seconds. (Nutzer/in John Moyer zu Video 1, 2010)

Glückwunsch zu dem Video, sehr gelungen und auf den Punkt gebracht. Es fehlt oft einfach der konkrete Zusammenhang zwischen dem eigenen Handeln & Konsumieren und dem was man dadurch unterstützt bzw. finanziert. Sowas bleibt hängen und Nestle wird hoffentlich überlegen, ob sie nicht vielleicht doch eine andere Politik fahren. (Nutzer/in murmel77 zu Video 2, 2010)

Das in den Videos 1 und 2 sichtbare Fair-Trade-Logo auf der KitKat-Verpackung trägt dazu bei, dass die Videodramaturgie den von Greenpeace gewünschten und von den Kommentator/innen gelobten Effekt erzielt: Die Nutzer/innen greifen dieses Narrativ im Video auf und zweifeln an Nestlés Glaubwürdigkeit.

richtig gutes video, aber kann mir jemand sagen, warum auf der Verpackung ein fairtrade-siegel ist? Bitte sagt mir jetzt nicht, Nestlé hat für so ein Produkt eins bekommen... (Nutzer/in franshuegel zu Video 2, 2010)

nie wieder kitkat! das Fair Trade Logo gehört ihnen entzogen! Dass es die Konsumenten täuscht, hat zwar nichts mit Umwelt zu tun, aber macht ja doch scheinheilig :) (Nutzer/in mac450D zu Video 2, 2010)

Wie Nutzer/in mac450D feststellt, ist das von Greenpeace bewusst als Inszenierungsstrategie im Video eingesetzte Fair-Trade-Logo auf der KitKat-Verpackung ein Zeichen dafür, dass Nestlé „scheinheilig“ sei. Damit antizipiert und steuert Greenpeace den Verlauf der Diskurse nicht nur auf der Ebene der Videos, sondern auch in den Kommentaren. Nestlés fehlende Glaubwürdigkeit bleibt bei den YouTube-Nutzer/innen auch nach Einführung der neuen Produktionsrichtlinien für Palmöl präsent, wie das nächste Kapitel zeigt.

4.3.3 Nestlés fehlende Glaubwürdigkeit hält an

Obwohl Nestlé am 16. Mai 2010 verkündete, neue Maßnahmen zur nachhaltigen Palmölgewinnung einzuleiten, blieben sehr viele Nutzer/innen skeptisch – was sich in den Videokomentaren widerspiegelt. Die Information, dass Nestlé Maßnahmen zur nachhaltigeren Palmölgewinnung ergriffen hat, wurde nur über die Kommentare der Nutzer/innen verbreitet. Jemand der ausschließlich das Video anschaut, geht immer noch von jenem Ereignisstand aus, den Greenpeace kritisiert, sofern er/sie nicht durch alle Seiten der Kommentarspalten blättert; Nestlés Reaktionen auf den Protest treten hier also nur über die Handlungsmacht der Kommentator/innen in Erscheinung. In diesem Kon-

text kommen in den Kommentaren die Nestlé-Skandale aus der Vergangenheit ebenfalls zur Sprache und zeugen von einer anhaltenden fehlenden Glaubwürdigkeit von Nestlé, woran auch das Einlenken bezüglich der Palmölgewinnung nichts ändern kann:

Antwort auf Kommentar von Joel Keilhauer: Die Werbung hat mich echt schockiert, das Nestle endlich reagiert ist nur eine Imagewerbung... (Nutzer/in 1982Barfuss zu Video 2, 2010)

@ventiluefter Na gut, dann ist es den Verantwortlichen anscheinend doch nicht gleichgültig. Aber die Reaktion ist ja wohl alles andere als befriedigend. Eher Augenwischerei. (Nutzer/in Harvey Mushman zu Video 3, 2010)

Insbesondere im Zuge des Aufrufs zum ‚Boykott von Nestlé‘, der in den Kommentaren zu allen drei Videos den Subcode mit dem größten Anteil innerhalb des Codes ‚Kritik an Nestlé‘ ausmacht,⁶³² wecken die Nutzer/innen Erinnerungen an frühere Unternehmensskandale von Nestlé:

Antwort auf Kommentar von Marshall Millers: @75426168 Bei der Bemerkung ‚Rufschädigung‘ musste ich wirklich lachen. Es gibt wenige Unternehmen mit einem schlechteren Ruf als Nestle, und das seit Jahrzehnten. Ich sage nur Baby-Milch in Entwicklungsländern, als Beispiel. (Nutzer/in rickie500 zu Video 2, 2010)

30 years ago we stopped buying nestlé products because of their publicity of babymilk in the third world. I had and have no lack if I don't consume products of nestlé. If enough people stop buying products of nestlé they will change their enterprise politics. I propose: do not buy nestlé products anymore (not maggi and so on) until they have changed (Nutzer/in pierres29 zu Video1, 2010)

If Nestle can survive the Ivory Coast child slaves producing most of their cacao thing. Or the babies in Africa dying from the infant formula, they'll probably survive this too (Nutzer/in alldamnnamesare-taken zu Video 1, 2010)

⁶³² Der Anteil der mit dem Code ‚Boykott an Nestlé‘ versehenen Kommentarinhalte beträgt 8% der Kommentare zu Video 1, 12% zu Video 2 und 6% zu Video 3 (bei Video 3 halten sich die Subcodes ‚Palmölnutzung allgemein‘ und ‚Boykott von Nestlé‘ allerdings mit je 6% die Waage).

Anhand dieser Kommentare wird deutlich, dass der Skandal um Nestlé aus den 1970er Jahren, als der Konzern in afrikanischen Ländern mit als Krankenschwestern getarnten Verkäuferinnen Milchpulver als Ersatz für das Stillen propagierte,⁶³³ immer wieder in den Diskurs gelangt und Nestlés Mangel an Glaubwürdigkeit nach wie vor aufrechterhält.

Obwohl die von Nestlé selbst gesetzten Richtlinien zur nachhaltigen Palmölnutzung teilweise schon 2013 statt 2015 zu 100% erreicht wurden, sehen die folgenden Nutzer/innen immer den Unternehmenskontext mit und führen andere Skandale des Unternehmens an:

Antwort auf Kommentar von mtx80cr80: Lies mal den Wikipedia-Artikel über Nestlé und insbesondere die Kritik am Konzern. Dort siehst du viele Gründe warum unbedingt mal etwas gegen Nestlé getan werden musste, egal ob es nun um das Palmöl oder andere unethische Praktiken dieses Ausbeuterkonzerns geht. (Nutzer/in madelm13 zu Video 3, 2013)

Deforestation is at a decrease due to second and third generation forest plantations and animals in general do not recognise any difference between natural and plantation forests. Meanwhile there is CHILD SLAVERY in the cocoa industry. Priorities people! (Nutzer/in DrMonkeyForAFoot zu Video 1, 2013)

Auf jegliche Handlungsinitiativen von Nestlé wird ein differenzierteres Licht geworfen durch die Kontexte, die die Nutzer/innen selbst in den Diskurs zu Video 1 und Video 2 einbringen. Die Nutzer/innen fungieren, wie auch die über Nestlé berichtenden Medien, als Ergänzung zu den Kommunikationsbotschaften, die Nestlé über die Pressemitteilungen in der Öffentlichkeit platziert. Der/die folgende Nutzer/in hinterfragt die von Nestlé eingeführte Selbstverpflichtung zur nachhaltigen Palmölgewinnung:

[...] ich lebe in Südamerika und stelle oft fest, das was in Europa gilt, hier kaum durchgesetzt wird. Zudem muss ich davon ausgehen,

⁶³³ Eine Studie des englischen Journalisten Mike Muller setzte 1974 den Verzehr von Milchpulver in Bezug zur Säuglingssterblichkeit, da zum Beispiel oft keine ausreichende Hygiene der Flaschen gewährleistet werden konnte. Vgl. dazu den Artikel im Spiegel von 1976: O.V.: „Kleiner David. Der Schweizer Großkonzern Nestlé verkauft seine Babynahrung in der Dritten Welt mit Methoden, die als ‚unethisch und unmoralisch‘ bezeichnet werden dürfen“. In: Der Spiegel (1976), H. 27, S. 112–113, auch online unter: <http://magazin.spiegel.de/EpubDelivery/spiegel/pdf/41213155>. Vgl. zu diversen anderen Skandalen von Nestlé die Auflistung in: Christoph Asche; Tobias Fülbeck: „Volksverdummung: Nestlé polarisiert mit neuem Werbespot“. In: The Huffington Post Online (08.05.2014), online unter: http://www.huffingtonpost.de/2014/05/07/nestle-neuer-werbespot_n_5280752.html.

dass Nestlé zu einem großen Teil gentechnisch verseuchte Produkte in die Regale stellt (wurde mir von der Unternehmung selbst bestätigt). Also ich werde Nestlé weiterhin boykottieren. (Nutzer/in Michael Hurschler zu Video 2, 2013)

Wie man hier sehen kann, wird die Aussagekraft des Videos auch drei Jahre nach dessen Upload auf YouTube nicht von denjenigen positiven Nutzerkommentaren beeinflusst, die die folgenden Nutzer/innen in ihrer Funktion als Nachrichtenübermittler seit 2010 zu platzieren versuchen, um die anderen Kommentator/innen zu beschwichtigen und von Nestlés Einlenken und dem Wandel der Produktionspraktiken zu überzeugen:

This is 3 years old and it already changed. greenpeace[dot]org/international/en/news/features/Sweet-success-for-Kit-Kat-campaign/ (Nutzer/in Pedro Lemos zu Video 1, 2014)

Shouldn't the information on this one be updated? ,This morning, Nestlé finally announced a break for the orang-utan - as well as Indonesian rainforests and peatlands - by committing to stop using products that come from rainforest destruction.' (May 17. 2010 page: www.greenpeace.org/kitkat) So this was almost 4 years ago... (Nutzer/in Natheyja zu Video 1, 2014)

*well nestle has already announced theyre taking their first step to fix this serious problem [...] (Nutzer/in happydays249 zu Video 1, 2011)*⁶³⁴

Auch Nestlé selbst versucht seit 2012 mit Hilfe der neu eingeführten Abteilung Digital Acceleration Team (DAT) per Monitoring, die Diskurse in der Internet-Öffentlichkeit zu verfolgen, um auf sie reagieren zu können. So soll die Glaubwürdigkeit des Unternehmens nach und nach wiederhergestellt und das Vertrauen der Konsument/innen zurückzugewonnen werden. Das DAT ist ein neuer Bereich des Onlinemarketings, das die Social-Media-Aktivitäten der einzelnen Marken von Nestlé und die jeweiligen Nutzerinteraktionen im Internet beobachtet und auswertet.⁶³⁵ Nestlé hat in seinem YouTube-Kanal

⁶³⁴ Vgl. ähnlich auch Nutzer/in João Henrique Diniz zu Video 1, 2013: „Ok, nestlé does not buy palm oil from Sina Mar there are at least two years, and it is actually part of the RSPO, which fight against palm oil exploitation on lands where there is any kind of forest. So unless I'm wrong, eating a Kit Kat won't hurt indonesia“.

⁶³⁵ Vgl. die Informationen im Video Nestlé Digital Acceleration Team I, seit 07.12.2012 im YouTube-Kanal Nestlé Corporate, auf YouTube online unter: <http://www.youtube.com/watch?v=ktsMa8hfgY0> sowie: Romeo Regenass: „Nestlés Abwehr gegen Shitstorms“. In: *Tagesanzeiger.ch* (24.10.2013), online unter: <http://www.tagesanzeiger.ch/wirtschaft/unternehmen-und-konjunktur/Nestles-Abwehr-gegen-Shitstorms/story/30642493>. In Kapitel 1.5 wurde das „Social Media Monitoring“ im Rahmen des Forschungsstandes zu YouTube bereits erwähnt.

ein Imagevideo über das DAT hochgeladen. Das Ziel der Abteilung sei es, aus Kommunikationsfehlern wie der Videozensur bei den Protesten von Greenpeace gegen KitKat 2010 zu lernen, wie Nestlés verantwortlicher Marketingmanager auf der Unternehmenswebsite erklärt:

*It was something we learnt to our cost when Greenpeace launched a well-executed (and now well-documented) social media campaign against us. We were taken by surprise, and our response was poor. But it was a wakeup call. It forced us to examine our approach to digital and social media, and to start again.*⁶³⁶

Nestlés neues Online-Marketingteam wird trotz des Eingeständnisses, dass Fehler beim Umgang mit Greenpeace' Kritik gemacht wurden, von den Nutzer/innen auf YouTube nicht als Angebot des Dialogs, sondern als Überwachung interpretiert:

Haha, a digital damage control team, wonderful. We don't want social media to actually expose something negative now do we...lol (Nutzer/ in auggystyle zum Video Nestlé Digital Acceleration Team I, 2013)

Nicht nur die Kommentare zu Nestlés Imagevideo *Nestlé Digital Acceleration Team I* und die Kommentare zu einem kritischen Video der Nachrichtenagentur Reuters über das DAT sind weitgehend negativ,⁶³⁷ sondern auch innerhalb der Kommentare zum Video 3 von Greenpeace kommt das DAT zur Sprache und wird ebenfalls kritisch beleuchtet:

Okay, auch wenn es ein ‚wenig‘ sehr brutal aussieht, gutes Video!!! Nur gegen Kitkat selbst darf ich leider nichts sagen, da sonst wahrscheinlich mein youtube -und facebookaccount gesperrt wird. Warum? Nestle verfügt über ein spezialisiertes Team, welches permanent die Kommentare und Einträge im Internet über nestle selbst überwacht. Da kommen einem nur drei große Buchstaben in den Sinn, oder? Ich jedenfalls traue diesem -zu- großen Konzern alles zu! (Nutzer/in Simon Köttner zu Video 3, 2013)

⁶³⁶ Patric Bula (Nestlés Head of Marketing): „Insight: Learning from digital start-up culture“. (06.11.2013), auf der Website von Nestlé Global online unter: <http://www.nestle.com/media/newsandfeatures/insight-patrice-bula-digital-start-up-culture>.

⁶³⁷ Vgl. die Kommentare zum Video *Nestlé: Engagement in a hostile digital world*, seit 26.10.2012 im YouTube-Kanal Reuters, auf YouTube online unter: http://youtu.be/HD_W3EMuClU.

Diese/r Nutzer/in verknüpft Nestlés Einführung des DAT, die zunächst nichts mit den drei Jahre zurückliegenden Protesten von Greenpeace zu tun hat, mit den Protestvideos, sodass das DAT und die gesamte Glaubwürdigkeit von Nestlé durch die Netzwerköffentlichkeit auf YouTube immer noch im Schatten der Protestvideos stehen. Auch die Anspielung des Kommentators/der Kommentatorin auf den Abhörskandal der NSA – „drei große Buchstaben“, wie er/sie sagt – zeigt, dass Nestlés Image langfristigen Schaden genommen hat und das Vertrauen der Konsument/innen nur schwer wiederhergestellt werden kann.

Ein weiterer Schritt, den Nestlé in diesem Kontext unternommen hat, ist die im September 2013 verkündete Kooperation von KitKat mit dem Google-Android-Betriebssystem, das ebenfalls KitKat heißt.⁶³⁸ Ähnlich zur Diskussion über das DAT wird auch die Zusammenarbeit von Google und Nestlé von den YouTube-Nutzer/innen noch drei Jahre nach dem Upload von Greenpeace' Protestvideos in die Diskursebene ihrer Videokommentare integriert:

Da man sich hier mal wieder so sehr über die Android-Kitkats freut: Informiert euch bitte, von was für einem Konzern ihr da Produkte kauft. <http://de.wikipedia.org/wiki/Nestl%C3%A9#Kritik>; <http://www.spiegel.de/thema/nestle/>; <http://youtu.be/72MCumz5lq4>; <http://youtu.be/ToGK3-2tZz8>; <http://unlatched.wordpress.com/2013/04/23/why-nestle-is-evil-it-goes-beyond-just-infant-formula/> (Nutzer/in Sascha Gilly Israel über Google+ zu Video 3, 2013)

Über die Präsenz des Akteurs YouTube, der Videos nicht chronologisch, sondern thematisch sortiert, und durch die 2013 eingeführte Verschmelzung von Kommentaren im Netzwerk Google+ mit der YouTube-Öffentlichkeit⁶³⁹ werden über die Handlungsmacht der Kommentator/innen Nestlés Handlungen somit neu kontextualisiert. Nestlés Versuche, die eigene Reputation und Glaubwürdigkeit wiederherzustellen, werden in der Netzwerköffentlichkeit umgehend erschwert. YouTube und der Diskursraum fungieren als ein jederzeit

⁶³⁸ Vgl. zur Kooperation von Google und Nestlé ausführlich die Pressemitteilung vom 03.09.2013 von Nestlé UK: „Google and Nestlé announce Android KitKat“, online unter: <http://www.nestle.co.uk/media/pressreleases/google-and-nestle%C3%A9-announce-android-kitkat> und dpa: „Android-KitKat“ stößt auf gemischte Reaktionen“. In: Stern.de (04.09.2013), online unter: <http://www.stern.de/digital/telefon/zusammenarbeit-mit-nestle-android-kitkat-stoesst-auf-gemischte-reaktionen-2055408.html>.

⁶³⁹ Vgl. dazu ausführlich Kapitel 3.3.4.

zugängliches Archiv des Protestverlaufs, das die Vorwürfe von Greenpeace an Nestlé nicht vergessen lässt und Nestlés unterschiedliche Handlungsinitiativen immer wieder im Akteursnetzwerk des von Greenpeace initiierten Protestes verortet.

4.3.4 Die Kommentator/innen integrieren andere Kontexte

In der YouTube-Öffentlichkeit, die zu Greenpeace' Videos 1, 2 und 3 entsteht, werden nicht nur Nestlé, sondern auch andere Unternehmen zu unfreiwilligen Akteuren des Protestes gemacht. Dabei werden auch aktuelle Ereignisse und thematisch passende Presseberichte in den Diskurs auf der Ebene der Videokommentare involviert:

Go bio! Go vegan! Und die Probleme bleiben. Kein Erzeuger der Biobranche konnte uns in den vergangenen Monaten garantieren, dass durch ihre Produkte mit Palmöl keine Regenwaldbrandrodung, keine Vertreibung indigener Völker und keine Ausrottung bedrohter Tierarten vorangetrieben werden. Was wir da noch konsumieren können? Es wird eng! Jetzt also auch Report Mainz mit folgender Dokumentation: watch?v=BqkZqp3Ey6c (Nutzer/in poorbutsexy zu Video 2, 2010)

Übrigens: Der WWF verdient auch massiv daran. Bekommt u.a. große Spenden von Nestlé, damit die Orang Utan Reservate möglichst klein gehalten werden. (Nutzer/in Farlion Lunkwitz zu Video 3, 2013)

Solche mit dem Obercode ‚Andere Kontexte‘ versehenen Kommentar-inhalte verteilen sich auf die Subcodes ‚Andere Skandale‘, ‚Umweltschutz / Klimaschutz / Tierschutz‘,⁶⁴⁰ ‚Gesellschaftskritik‘, ‚Politik‘ sowie ‚Sonstige‘ mit den genannten Bezügen und Zitaten aus anderen (Nachrichten-)Quellen. Dieser Obercode macht 13% an Kommentar-inhalten zu Video 1, 19% zu Video 3 und sogar 26% der Kommentar-inhalte zur deutschen Version (Video 2) des Videos 1 aus.

Die folgenden beiden Nutzer/innen stellen den direkten Bezug zwischen indonesischer Regierung und der Regenwaldrodung her, was im Subcode ‚Politik‘ zusammengefasst wurde. Dabei wird der Blick der YouTube-Öffentlichkeit auf die Auswirkungen des Zusammen-

⁶⁴⁰ Alle Codes sind wertneutral, das heißt, dass im Code Umweltschutz auch Inhalte codiert wurden, die dieses Thema kritisch sehen.

spiels von Lokalpolitik und Unternehmenspraktiken auf die indonesische Bevölkerung gelenkt:

all indonesian companies are to be questioned regarding their forestry activities, there are so much corruption within the high ranks, so I would like to thank green peace to save our forest for the future generations, cause indonesian gov can't be trusted too. terima kasih! (Nutzer/ in erictjie zu Video 3, 2011)⁶⁴¹

Was ich an der Kampagne zu bemängeln habe, obwohl ich sie wirklich gut und sinnvoll finde, ist, dass die Menschen, die dort wirklich leben und harmonievoll seit Generationen mit dem Wald leben, von den Palmölfirmen vertrieben werden, überhaupt nicht erwähnt werden. Trotzdem weiter so! Aber nicht vergessen auch Henkel, Schwarzkopf und Co. verwenden Palmöl für ihre Produkte (Waschmittel, Duschgel, Deos etc.)! (Nutzer/in WurStGoESCrAzY zu Video 3, 2010)⁶⁴²

Die im letzten Kommentar angedeutete Kritik am Konsumverhalten der Verbraucher/innen wird von vielen Kommentator/innen als ‚Gesellschaftskritik‘ formuliert, wie die folgenden beiden Beispiele veranschaulichen:

Eine gute Lösung für viele Probleme die durch Konsum entstehen, ist der Verzicht auf Unnötiges. Langeweile und sonstige Probleme durch Konsum zu kompensieren ist keine Lösung. Vieles was im Supermarkt steht kann auch im BioHandel gekauft werden und wenss teurer ist, dann einfach mal weniger essen, die meisten sind eh zu fett oder eben wo anders als beim Essen sparen. Mal das Ego ausschalten das immer nur in den Urlaub will oder sonst wie überall dabei sein, hilft auch. (Nutzer/in Ganjageorge el Loco zu Video 3, 2011)

@murmelt77 [...] Wer sich detaillierte Infos über ein Produkt beschaffen will, kann dies jederzeit tun! Die Mehrheit der Kunden interessiert es einfach nicht wo die Rohstoffe für ein Produkt herkommen bzw. was die Folgen des Konsums sind. Das klassische Beispiel hierfür ist das Autofahren! Jeder weiß, dass die Produktion von Treibstoffen und

⁶⁴¹ Ähnlich auch Nutzer/in Sapsche zu Video 3, 2012: „Der Onkel eines Freundes ist Dokumentarfilmer und in einem seiner Filme ist zu sehen, wie ein Orang-Utan völlig verstört durch eine ge(brand)rodete Waldruine streift und nicht weiß wo er hin soll, für die Holzfäller und Bauern dort sind die nur Ungeziefer - das wurde echt so übersetzt...Das traurige bei der Sache ist nur, dass Lokalpolitiker in Borneo meinen, sie bräuchten das Geld u die Wirtschaft hätte selten solche Früchte getragen wie seit dem Anbau der Palmen...“.

⁶⁴² So unter anderem auch Nutzer/in juhlsche zu Video 2, 2010: „jaja... die Orang-Utans... Das is ja alles gut und schön aber denkt auch jemand mal an die Menschen? Da wohnen auch Leute! Denen gehört teilweise das Land schon seit Generationen, weshalbs da auch keine Verträge für gibt. Kein Vertrag -> kein Besitz in den Augen der Regierung und somit wird das Land verkauft an die Firmen, die da Palmölplantagen hin bauen. Und das heißt dann eben oft nicht nur kein Lebensraum für Orang-Utans sondern oft müssen ganze Dörfer umsiedeln...“.

vor allem die Förderung des Rohstoffes und die Verbrennung dessen negative Folgen auf die Umwelt hat! Jedoch nehmen die zugelassen Fahrzeuge stetig zu! (Nutzer/in brokerTS zu Video 2, 2011)

Die Subcodes ‚Gesellschaftskritik‘ und ‚Umweltschutz / Klimaschutz / Tierschutz‘ werden häufig zusammen vergeben und hängen außerdem mit der ‚Kritik an anderen Kommentarinhalten‘ zusammen. Die mit diesem Code versehenen Inhalte können als zusammenfassende kritische Reflexion über die Diskurse im Kommentarbereich aufgefasst werden:

oh Mann, hier schreiben typisch die Leute rein, die am wenigsten Ahnung von der Materie haben, und die im Haushalt mit 100% Sicherheit mehr als ein Produkt haben welches Palmfett enthält... aber meckert Ihr ruhig weiter mit Euer Scheinheiligkeit (Nutzer/in razzisgeist zu Video 2, 2011)

Great video! But yeah, I agree with all you guys. We don't need rain-forests, oceans, nature, forests, any of that stuff. We are totally self-sufficient in our North American bubble, right? When climate change screws everything up, have fun taking shelter on asphalt (Nutzer/in Mandy W zu Video 1, 2010)

Auch Greenpeace selbst fungiert als Korrektiv der Diskurse und versucht sich im Kommentarbereich der Videos als Akteur zu positionieren, um Einfluss auf den Verlauf der Kommunikation in der YouTube-Öffentlichkeit zu nehmen:

@ wettenlu Everyone's welcome to have their say, but keep your comments clean please, otherwise they will be deleted. (Nutzer/in Greenpeace UK zu Video 1, 2010)

Wir freuen uns über angeregte Diskussionen hier im Kommentarbereich. Beiträge mit beleidigenden, verleumderischen und diskriminierenden Inhalten werden von uns gelöscht. Leider war dies aktuell in mehreren Fällen notwendig. (Nutzer/in GreenpeaceDE zu Video 3, 2010)

Dadurch, dass der Akteur Greenpeace im Form der YouTube-Nutzer GreenpeaceDE und GreenpeaceUK selbst das Wort übernimmt, steuert er außerdem auch thematisch den Diskurs: Über den Kanal des auch nach 2010 noch stark frequentierten Kommentarbereichs zu den Videos 1, 2 und 3 versucht Greenpeace, komplett neue Debatten anzustoßen, die nicht in direktem Zusammenhang stehen mit der Kritik an Nestlé. Als Beispiel soll hier ein Aufruf gegen den in den USA 2011 initiierten, umstrittenen Gesetzesentwurf *Stop Online Piracy Act* (SOPA) dienen. SOPA wurde als eine Zensur des Internets international scharf kritisiert und letztlich auch nicht verabschiedet.

STOP SOPA: Should SOPA and PIPA be approved in the American Congress it could threaten online activism. We have used online campaigns to create important change in industries and corporations involved in environmental crimes from deepsea oil drilling to rainforest destruction. Now, the freedom of online campaigning is under threat. Read more here and take action to stop online censorship: <http://act.gp/jyUK8X> (Nutzer/in Greenpeace International über Google+ zu Video 1, 2012)

In diesem Zusammenhang hat Greenpeace in einer auf Facebook als „We’re sorry, you’re not allowed to read this“ betitelten Aktion zusammen mit anderen Akteuren wie zum Beispiel Wikipedia am 18. Januar 2012 einen Onlineprotest durchgeführt, seine Seiten symbolisch gesperrt und einen schwarzen Hintergrund eingeblendet.⁶⁴³ Der/die folgende Nutzer/in stellt SOPA in den direkten Zusammenhang mit dem Video 1 und veranschaulicht, welche Auswirkungen SOPA für den Videoaktivismus hätte, indem er/sie einen Kommentar von Greenpeace International teilt, den dieser auf Google+ gepostet hat:

*Maya Sellon über Google+ Greenpeace International hat diesen Beitrag ursprünglich geteilt: STOP SOPA! The Greenpeace website has gone dark in protest against two bills introduced (SOPA/PIPA) to the US House of Representatives which may allow corporations to silence their critics and censor videos like this (Nutzer/in Maya Sellon zu Video 1, 2012)*⁶⁴⁴

⁶⁴³ Vgl. auf Facebook online unter: <https://www.facebook.com/notes/greenpeace-international/were-sorry-youre-not-allowed-to-read-this/10150481068631167> Siehe zu SOPA und den Protestaktionen der Gegner/innen u.a.: Konrad Lischka: „Umstrittenes US-Internetgesetz. Wikipedia schaltet ab - aus Protest“, in: *Spiegel Online* (17.01.2012), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/umstrittenes-us-internetgesetz-wikipedia-schaltet-ab-aus-protest-a-809499.html>.

⁶⁴⁴ Dieser von Greenpeace International gepostete Inhalt wurde von Nutzer/in Maya Sellon sowie von ömer albaş, Sanna Orthagen und Maricela Potoc erneut geteilt (alle zu Video 1 über Google+, 2012).

Durch die so genutzten Möglichkeiten der Vernetzung verschiedener Diskurse kann Online-Aktivismus gerade durch den permanent zugänglichen und erweiterbaren Diskursraum innerhalb der Videokommentare eigene und andere Inhalte ständig reflektieren und diskutieren und über die Verflechtungen in der Netzwerköffentlichkeit neue Protestakteur/innen erreichen und mobilisieren.

Des Weiteren tritt Greenpeace als ‚Verteidiger‘ der eigenen Kommunikations- und Inszenierungsstrategie in Bezug auf die Proteste gegen Nestlé auf und wehrt sich gegen Kritiker/innen, wie der folgende Dialog zeigt:

It's over the top videos like this which give Greenpeace and such a bad name, I don't think you need a Video with such grotesque imagery to get your point across. It's good that Nestlé stopped buying the palm oil though. I also doubt that the people Nestlé bought the palm oil from are the worst offenders for deforestation too. (Nutzer/in edenane zu Video 1, 2011)

@edenane: Far from giving Greenpeace a bad name, the Video prompted tens of thousands of people to contact Nestlé and demand a rethink of their policy on sourcing palm oil from destroyed rainforests - which they've now done. Would they have made any changes without that pressure - er, no, of course not. Sorry if the Video offended you, but at least you now know what goes into making a KitKat. Incidentally Nestlé's supplier, Sinar Mas, IS the worst offender in terms of Indonesian deforestation. (Nutzer/in Greenpeace UK zu Video 1, 2011)

Im folgenden Kapitel steht die hier angedeutete Kritik an Greenpeace im Fokus, da sie zeigt, wie sich die Gegenöffentlichkeit in sozialen Netzwerken wie YouTube sehr schnell auch gegen die Kritisierenden selbst richten kann. Insbesondere die Handlungsmacht von Greenpeace als Kanaleigentümer und Moderator der Kommentare wird von der YouTube-Öffentlichkeit kritisiert:

Das heißt: Kritik wird zensiert oder was? SUPER GREENPEACE = I (Nutzer/in amarettokeks1 zu Video 3, 2011)

4.3.5 Die Kritik am Akteur Greenpeace

Während in der medialen Berichterstattung der Akteur Greenpeace vor allem als Sieger der Kampagne hervorgeht,⁶⁴⁵ wird in den Nutzerkommentaren zu den Videos 1, 2, und 3 deutlich, dass viele Nutzer/innen die fehlende Glaubwürdigkeit von Greenpeace' Vorgehen gegen Nestlé bemängeln. Während die Kritik an Greenpeace im Fall Brent Spar bezüglich der Fehlmeldung von 5.500 gelagerten Tonnen Öl ausschließlich über die Massenmedien verbreitet wurde⁶⁴⁶, sind die Kritiken der YouTube-Nutzer/innen durch den Kommentarbereich unter den Videos für nachfolgende Videorezipient/innen und Kommentator/innen auf einen Blick vereint und vor allem permanent auf YouTube einsehbar. Durch den Akteur YouTube, hier in der Funktion des Displays und Archivs, kann der Verlauf des Diskurses als Meinungsbild im Laufe von Monaten und Jahren nachgezeichnet werden. Innerhalb des Subcodes ‚Kritik an Greenpeace‘⁶⁴⁷, ist der Kommentarinhalt der ‚fehlenden Glaubwürdigkeit‘ dominant. Die Kommentator/innen in der YouTube-Öffentlichkeit hinterfragen Greenpeace' Strategien des Videoprotestes gegen Nestlé und fokussieren die eigenen Machtinteressen der Organisation:

⁶⁴⁵ Vgl. dazu Kapitel 4.2.2.2.

⁶⁴⁶ Vgl. dazu bfp Analyse: „Brent Spar. Eine Falschmeldung und ihre Karriere“, S. 208ff.

⁶⁴⁷ Der Subcode ‚Kritik an Greenpeace‘ und der Subcode ‚Lob/Zustimmung zu Greenpeace‘ sind jeweils bei allen drei Videos zu gleichen Anteilen innerhalb des Codes ‚Greenpeace‘ vergeben worden, der bei Video 1 12%, bei Video 2 10% und bei Video 3 9% aller Kommentarinhalte ausmacht.

Why don't greenpeace members just set up a ‚organic‘ ‚renewable‘ palm oil farm? Oh wait, but wouldn't that actually mean doing something productive? (Nutzer/in Dddfsaa dfsdves zu Video 1, 2013)

so ein blödsinn. erstens kommt ihr an nestle Produkten gar nicht vorbei, viel zu viele Produkte gehören nestle auch wenn nicht ihr Logo drauf gedruckt ist! zweitens glaubt nicht alles was Greenpeace euch vorgaukelt, es ist Heuchelei dass sie sich als ‚die Guten‘ darstellen. Greenpeace ist ein Unternehmen das Millionen im Jahr umsetzt, solche Aktionen sind praktisch kostenlose Publicity! (Nutzer/in lup0069 zu Video 2, 2010)

Greenpeace wants to be the kiss of death for companies. Just like Canon they blacklisted for not sharing enough information with them. Ever since the green movement chose industries to actively promote like

wind power, they've wanted to be the pick & choosers of the economy. I'm tired of this, this is all plastic. The Video is meaningless b/c as an artistic/propaganda work it has no obligation to reality. Show me a real picture of Nestlé's supplier Greenpeace. I want real info. (Nutzer/ in zassounotsukushi zu Video 1, 2010)

Die folgenden beiden Kommentator/innen kritisieren explizit Greenpeace' gewählte Inszenierungsstrategie der mimetischen Subversion, die sich gegen ein ‚herausgepicktes‘ Unternehmen richtet und verteidigen Nestlé:

Nestlé verwendet 0,7% der gesamten Palmölproduktion. Greenpeace verurteilt also nur einen sehr kleinen Teil der Palmölabnehmer. Außerdem hat Nestle versichert international ab 2015 nur noch Palmöl aus nachhaltigen Palmölanbauten zu beziehen. Ich will mich damit nicht auf die Seite von Nestlé stellen, sie tragen ja dennoch einen Teil der Schuld, aber dieser Werbeakt hilft weder dem Regenwald noch den Orang-Utans. (Nutzer/in Sunnysummer, zu Video 3, 2011)⁶⁴⁸

Antwort auf Kommentar von Wayne Interessiert: @globalrevolution [...] Dennoch halte ich es für ein fragwürdiges Vorgehen, sich beliebig Unternehmen heraus zu suchen, welche bei einem Lieferanten einen Rohstoff einkaufen, welcher unter fragwürdigen Umständen gewonnen wird. Ich zweifle nicht daran, dass Palmöl-Plantagen umweltschädlich sind. Aber es sollte bei den Betreibern dieser Plantagen angesetzt werden und nicht bei deren Kunden. (Nutzer/in Zerju zu Video 3, 2011)

Außerdem werden die fehlende Glaubwürdigkeit von Greenpeace in direkten Zusammenhang mit der Kritik an den Videodramaturgien der Videos 1, 2 und 3 gestellt und die für die Inszenierungsstrategie der mimetischen Subversion eingesetzten Narrative bemängelt: In den Kommentaren zu Video 3 wird dessen emotional-komische Dramaturgie kritisiert,⁶⁴⁹ in den Videos 1 und 2 vor allem das Bildmotiv des blutenden Orang-Utan-Fingers, was durch den Subcode ‚Blutiger Finger‘ innerhalb des Codes ‚Dramaturgie, Bildästhetik, Titel‘ im Obercode

⁶⁴⁸ Vgl. ähnlich auch DrMonkey-ForAFoot zu Video 1, 2013: „[...] Also, my point is that Greenpeace just attacked Nestle for publicity, not attacking for something they're actually guilty of. They just want a well known target that will make people feel guilty. Also do some research... bit(dot)ly/19L1XY9 scroll to page 8 Nestle stopped getting palm oil from natural forests Back in Nov 2005“.

⁶⁴⁹ Vgl. u.a. den Kommentar von Nutzer/in mxb80cr80 zu Video 3, 2012: „Ich bin auch gegen die Abholzung von den Wäldern finde es aber makaber eine einziges Produkt (KitKat) oder halt Marke (Nestlé) dafür in einem Spot so darzustellen wenn doch wahrscheinlich 99% des ganzen Öls in anderen Produkten verwendet wird“.

,Video(direkter Bezug)‘ in der Inhaltsanalyse widergespiegelt wird. Auf den Subcode ‚Dramaturgie, Bildästhetik, Titel‘ beziehen sich zwischen 8 und 16% der Kommentarinhalte jeweils zu den Videos 1, 2 und 3.⁶⁵⁰

⁶⁵⁰ Vgl. die Angaben in den Tabellen TA1 bis TA3 in Anhang A).

I think more people might have taken this seriously if you didn't go over the top with the shock value of the blood everywhere. It just makes you look like melodramatic PETA freaks, regardless of how true it is. It was quite repulsive and draws away from the message. Him eating the finger was quite enough. (Nutzer/in expanton zu Video 1, 2010)

Its one thing to produce a provocative thought provoking commercial but take care not to be too outrageous so as to push people onto the opposite intended side (Nutzer/in EltoCa21 zu Video 1, 2010)

Auf solche Vorwürfe gegen Greenpeace reagiert allerdings die YouTube-Öffentlichkeit sofort als Korrektiv, wie die folgenden Dialoge zeigen. Nutzer/in SlightlyDisturbedNBK wird aufgrund seiner/ihrer Kritik an Greenpeace‘ Inszenierungsstrategie bezichtigt, im Namen eines/einer Mitarbeiters/Mitarbeiterin von Nestlé zu kommentieren:

Shock ads like this and others don't get the message across. Just give people the facts and the truth don't over sensationalize it like this. (Nutzer/in SlightlyDisturbedNBK zu Video 1, 2010)

Antwort auf Kommentar von SlightlyDisturbedNBK: Are you working for the Nestlé? (Nutzer/in fourgee44 zu Video 1, 2010)

Der/die folgende Nutzer/in Wayne Interessiert verteidigt Greenpeace‘ Vorgehen mit Bezug auf frühere Protesterfolge, die von Nutzer/in Zerju kritisch hinterfragt werden:

Ho-ho! Da haben sich die Gutmenschen bei Greenpeace mal wieder ein zufälliges Opfer rausgesucht, wie einst mit Müller Milch. Hoffentlich gibt Nestle genauso wenig nach wie der Milchproduzent, dann wird es für Greenpeace irgendwann uninteressant und man zieht zum nächsten Opfer weiter (Nutzer/in Zerju zu Video 3, 2010)

@Zeruju: Greenpeace ist nicht weitergezogen, sondern greift momentan vor allem Müllers ‚Premiummarke‘ Weihenstephan an, da das Klientel von Weihenstephan für Kampagnen eher empfänglich ist als das von der Stammmarke. Der Konzern ist aber immer noch derselbe, er wird nur an einer verwundbareren Stelle getroffen. Was Nestlé betrifft: Nachdem Unilever und Kraft eingelenkt haben, ist Nestlé ein weiteres Ziel. Nestlé kann als Großkunde Druck machen und ist imagebewusst. (Nutzer/in Wayne Interessiert zu Video 3, 2010)

Dieser Dialog macht die unterschiedlichen Perspektiven der Nutzer/innen noch einmal deutlich. Manche verstehen sich als Multiplikator/innen des Protestes, legen Greenpeace' Strategie offen und hoffen, sie auf diese Weise trotz der vielfach kritisierten Videodramaturgien rational nachvollziehbar zu machen. Hier wird die doppelbödige Bedeutung des Begriffs der *Gegenöffentlichkeit* in Bezug auf Videoaktivismus auf YouTube sowie in anderen sozialen Netzwerken deutlich: Das „Gegen“ richtet sich nicht nur – im Einklang mit dem Akteur Greenpeace – gegen den Nestlé-Konzern, sondern auch gegen Greenpeace selbst. Die Handlungen der Organisation sind unmittelbar der kritischen Reflexion durch die Nutzer/innen ausgesetzt, und die Glaubwürdigkeit ihrer Inszenierungsstrategie der mimetischen Subversion ist ein stets präsent Thema in den Kommentaren, wie die Inhaltsanalyse der Videokommentare veranschaulicht. Obwohl die Kampagne Nestlé bereits im Mai 2010 bewog, sein Engagement zur nachhaltigeren Palmölgewinnung zu stärken, wird Greenpeace' Vorgehensweise auch in den folgenden Jahren immer wieder kritisch hinterfragt.

4.4 Verteilte Autorschaft in transnationalen Gegenöffentlichkeiten

Der unkontrollierbare Bilderfluss im Social Web bedingt einen Machtverlust beziehungsweise Positionswechsel einzelner Akteur/innen: Durch die Strategie der mimetischen Subversion macht Greenpeace Nestlé zu einem unfreiwilligen Akteur und etabliert ein transnationales

Protestnetzwerk einer Gegenöffentlichkeit. In Ergänzung zu den dezentralen Protestaktionen, die die verschiedenen Ländervertretungen von Greenpeace im öffentlichen Raum, auf den Straßen, vor den Firmengebäuden und an den Süßwarenregalen der Supermärkte organisierten, ist auf YouTube eine länderübergreifende Diskursebene entstanden, an der immer neue Protestakteur/innen durch Videos und Kommentare partizipieren und sich als Teil der Netzwerköffentlichkeit mit anderen sozialen Netzwerken, Blogs und Websites austauschen können. Außerdem können die an den Aktionen beteiligten Demonstrant/innen über die Diskursebene der Videokommentare andere Nutzer/innen zum zukünftigen Engagement mobilisieren.

Anhand dieser Verflechtung von Online- und Offline-Öffentlichkeiten, die aus den YouTube-Diskursen und den Protesten vor der Nestlé-Zentrale entstanden ist, konnte Greenpeace erreichen, dass Nestlé Konsequenzen aus den Anschuldigungen zog und Maßnahmen ergriff. Die Vertreter/innen von Greenpeace betonten diese Verflechtung in der medialen Berichterstattung: „Online and offline the message to Nestlé has been strong and relentless over the past two months.“⁶⁵¹ Greenpeace selbst intensiviert den Erfolg durch ständiges Reflektieren und Zusammenfassen, Nestlé wiederum durch die versuchte Stilllegung der Online-Öffentlichkeit. YouTube fungiert hier jedoch als beständiges Archiv und Display dieser nicht löschbaren Videomotive. Trotz der Urheberrechtsverletzung durch Greenpeace wurden die Videos von den Nutzer/innen distribuiert und immer wieder auf YouTube geladen und auf Facebook eingebettet. Die Aussagekraft und Wirkung der Protestvideos 1, 2 und 3 als Angriff auf Nestlé bleiben präsent, selbst wenn Nestlé erste Schritte zur nachhaltigen Palmölnutzung ergriffen hat. Auch die früher als erwartet erfüllten Selbstverpflichtungen werden im Laufe der Jahre kaum in den Kommentaren sichtbar, eher wirkt sich Greenpeace' Kampagne auf alle in den Jahren nach 2010 folgenden Aktionen aus, wie die Kooperation mit dem Google-Android-Betriebssystem oder dem Versuch, das Image aufzubessern durch die englische und deutsche KitKat-Webserie.

⁶⁵¹ Hickman: „Online protest drives Nestlé to environmentally friendly palm oil“.

Die Videokommentare verknüpfen folglich den entstandenen Online-Diskursraum mit den Geschehnissen außerhalb des Internets und bieten ein gemeinsam mit zahlreichen YouTube-Nutzer/innen erstelltes Archiv des Protestverlaufs, in dem zwar auch Greenpeace-Mitarbeiter/innen selbst mit Unterstützer/innen in den Dialog treten können, vor allem aber die Videos im Greenpeace-Kanal unmittelbar der kritischen Reflexion durch andere Nutzer/innen ausgesetzt sind. Alle Kommentare bleiben über die Jahre hinweg einsehbar, sodass Nestlés *tatsächliches* Engagement stets weiter geprüft und hinterfragt werden kann.

Durch diese initiierte Netzwerköffentlichkeit des Protestes gegen Nestlé wird der Akteur Greenpeace jedoch auch selbst einem kritischen Diskurs ausgesetzt. Die YouTube-Öffentlichkeit dient somit nicht mehr nur der Kritik an Nestlé, sondern fungiert auch als Korrektiv der Kommunikationsbotschaften von Greenpeace selbst und seiner Inszenierungsstrategie der mimetischen Subversion als Neukontextualisierung und Umdeutung von Unternehmensbotschaften. Die YouTube-Öffentlichkeit kritisiert demnach nicht nur Nestlés fehlende Glaubwürdigkeit, sondern auch diejenige von Greenpeace. Es entstehen *verschiedene* Formen von Gegenöffentlichkeit, die sich gegen *alle* involvierten Protestakteur/innen richten können. Diese Kritik an Greenpeace tritt auf der Diskursebene der medialen Berichterstattung kaum in Erscheinung, sondern konnte erst über die verteilte Autorschaft auf der Diskursebene der Videokommentare herausgearbeitet werden.

Die Kritik an der Glaubwürdigkeit der verschiedenen Protestakteur/innen spielt auch in den folgenden Protestvideos, die in den Kapiteln 5 und 6 analysiert werden, eine wichtige Rolle. Im ungarischen Videoprojekt *Nem tetszik a rendszer* [Mir gefällt das System nicht] aus dem Jahr 2011 wenden die Protestakteur/innen statt der zentral von einer Instanz konzipierten Inszenierungsstrategie der mimetischen Subversion partizipative Produktionspraktiken in ihrem Protestvideo an, sodass nicht nur auf der Diskursebene der Kommentare eine verteilte Autorschaft beobachtet werden kann, sondern auch im YouTube-Video selbst.

5. Die YouTube-Öffentlichkeit als Spiegel der ungarischen Gesellschaft: Politische Selbstinszenierung im Protestvideo *Nem tetszik a rendszer* (2011)

5.1 Regierungsproteste in Ungarn 2011: Akteur/innen und Ereignisse

Im Gegensatz zur etablierten und international bekannten Organisation Greenpeace haben sich die Akteur/innen, die die folgenden, zunächst auf Ungarn begrenzten Regierungsproteste 2011 initiierten, erst zum Zweck des Protestes formiert. Die Initiative ‚Egymilióan a sajtószabadságért‘ [Eine Million für die Pressefreiheit]⁶⁵² (Milla) wurde als Facebook-Gruppe gegründet, um gegen das im Dezember 2010 verabschiedete Mediengesetz zu protestieren, das die Pressefreiheit in Ungarn zunehmend einschränkt. Die Gruppe, die damals noch eine rein zivile Bewegung verkörperte, gewann sehr schnell zahlreiche Unterstützer/innen – bereits am zweiten Tag nach ihrer Gründung waren es über 30.000,⁶⁵³ die Zahl der Likes auf Facebook ist seitdem auf 162.115⁶⁵⁴ gestiegen, erhöhte sich aber in den letzten Jahren kaum mehr. Milla organisierte im Dezember 2010, im Januar und März 2011 mehrere Demonstrationen gegen das Mediengesetz.⁶⁵⁵ Im Vorfeld einer Demonstration am 23. Oktober 2011, die am ungarischen Nationalfeiertag in Erinnerung an die niedergeschlagenen

⁶⁵² Alle folgenden Übersetzungen von Zitaten, Titeln, Kommentaren u.Ä. aus dem Ungarischen stammen von der Verfasserin.

⁶⁵³ Vgl. György Petőcz: „A Milla-érzés – első rész” [Das Milla-Gefühl, Teil 1]. In: *magyararancs.hu* (19.10.2012), online unter: <http://magyararancs.hu/belpol/a-milla-erzes-elso-resz-82162>.

⁶⁵⁴ Diese Angabe ist vom 25.03.2015, vgl. die tagesaktuelle Anzahl der Likes auf der Facebook-Seite online unter: <https://www.facebook.com/sajtoszabadsagert>.

⁶⁵⁵ Siehe O.V.: „Civilek tüntettek a sajtószabadságért - Képek!” [Bürger/innen protestieren für die Pressefreiheit – Bilder!]. In: *nepszava.hu* (14.01.2011), online unter: <http://www.nepszava.hu/articles/article.php?id=383794> sowie

András Király: „Igenis volt rendszerváltozás“ [Ja, es gab eine Systemveränderung]. In: *index.hu* (15.03.2011), online unter: http://index.hu/belfold/2011/03/15/igenis_volt_rendszervaltozas/.

⁶⁵⁶ Vgl. das Video *Nem tetszik a rendszer* im YouTube-Kanal Tüntetések a sajtószabadságért [Demonstrationen für die Pressefreiheit], seit 16.10.2011 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/GSP81Che1X0t> (alle folgenden Minutenangaben, Kommentare, Statistiken usw. stammen aus dieser Quelle).

⁶⁵⁷ Vgl. Daniel Rény Pál; Péter Juhász: „A Politika számára ijesztő“ [Die Politik ist beängstigend]. In: *Magyar Narancs. Politisch Kulturelles Wochenmagazin* 23 (2011), Nr. 42, S. 8-9, hier S. 8.

⁶⁵⁸ Gergő Planko: „Kitört a Facebookról Orbán új ellenzéke“ [Orbáns neue Opposition ist aus Facebook herausgebrochen]. In: *index.hu* (01.11.2011), online unter: http://index.hu/belfold/2011/11/01/kitort_a_facebookrol_orban_uj_ellenzeke/#1.

⁶⁵⁹ Vgl. zu den verteilten Presseausweisen der Milla den Eintrag im Blog zur Demonstration: O.V.: „100ezren kiáltották: nem tetszik!“ [100.000 haben geschrieben: es gefällt mir nicht]. In: *nemtetszikarendszer.blog.hu* (23.10.2011), online unter: http://nemtetszikarendszer.blog.hu/2011/10/23/koszonyjuk_102.

⁶⁶⁰ Vgl. zur Medienpolitik und zu Milla als Form von „Virtual Politics“ Kapitel 5 und 6 in: Peter Wilkin: *Hungary's Crisis of Democracy. The Road to Serfdom*. London: Lexington Books 2016, S. 111–150.

⁶⁶¹ Vgl. Zeit online, afp, dpa, wvö: „Oppositionszeitung an regierungsnahen Oligarchen verkauft“. In: *Zeit Online* (25.10.2016), online

Volksaufstände 1956 als Protest gegen die gesamte Fidesz-Regierung und den Ministerpräsidenten Viktor Orbán gerichtet war, lud die Gruppe Milla in ihrem YouTube-Kanal das regierungskritische Video *Nem tetszik a rendszer* [Mir gefällt das System nicht] (*NTR*) hoch.⁶⁵⁶ Mit der Inszenierungsstrategie dieses YouTube-Videos als Ausgangspunkt und anhand der Diskursebenen der Videokommentare und anhand ausgewählter Medienberichte soll das ungarische Akteursnetzwerk der Regierungsproteste von 2011 analysiert werden. Zuvor werden allerdings die Ereignisse zwischen 2011 und 2015 in einem Rückblick kurz skizziert, um anschließend die Rollen und Handlungsinitiativen der unterschiedlichen Protestakteur/innen richtig deuten und kontextualisieren zu können.

Zum Zeitpunkt des Video-Uploads im Oktober 2011 betonte Milla noch ausdrücklich, eine zivile Initiative jenseits der linken und rechten Parteien in Ungarn sein zu wollen, um glaubwürdig zu bleiben.⁶⁵⁷ Das Ziel der Bürgerbewegung Milla sei es, eine alternative, von den größtenteils staatlich gelenkten ungarischen Massenmedien unabhängige Öffentlichkeit zu schaffen.⁶⁵⁸ Zur Demonstration am 23. Oktober 2011 hatte Milla 50.000 Presseausweise an Demonstrant/innen verteilt, damit „alle ihr Wissen aus den verschiedensten Ecken des Landes zusammentragen“⁶⁵⁹ und zum Beispiel in Blogs und über Facebook über die Ereignisse berichten können. Als kritische Öffentlichkeit spielen Online-Medien in Ungarn eine entscheidende Rolle.⁶⁶⁰ Der öffentliche Rundfunk steht auf der Seite der Regierungspartei und die meisten Tageszeitungen können eindeutig dem links- oder rechts gerichteten politischen Lager zugeordnet werden. Im Rahmen der Tageszeitungen war neben der noch bestehenden regierungsnahen *Magyar Nemzet* und der linken *Népszava* nur die *Népszabadság* weitgehend unabhängig, die jedoch im Oktober 2016 von einem Tag auf den anderen eingestellt und von einem regierungsnahen Unternehmen aufgekauft wurde. Die Redaktionsmitglieder gründeten eine Facebook-Community und protestierten gegen diesen Einschnitt in die Pressefreiheit.⁶⁶¹ Andrea Tompa, die Redakteurin der ungarischen

Theaterzeitschrift *Szinbáz*, erklärt bezüglich des Einflusses der Regierung auf die Medienberichterstattung:

*In einem kleinen Land ist der Wind in den wenigen meinungsma-
chenden Zeitungen schnell gedreht. Natürlich hängt viel von den rich-
tungsweisenden Redakteuren ab, die selbst wieder von oben gelenkt
sind. Für die Verbreitung von Meinungen sei indes Facebook von größ-
tem Wert in der Szene, wo die persönlich vorgetragene Kritik mitunter
mehr zählt als die gedruckte.*⁶⁶²

Auch laut dem Medienreport *Mapping Digital Media* der Open Society Foundations in Budapest nimmt die Bedeutung von Online-Medien wie den unabhängigen Nachrichtenportalen *index.hu* und *origo.hu* in Ungarn stark zu.⁶⁶³ YouTube und Facebook gehören zu den zehn beliebtesten Websites.⁶⁶⁴ Gerade für die Information und Kommunikation über gesellschaftspolitische und regierungskritische Inhalte haben soziale Netzwerke einen sehr hohen Stellenwert.

Mit Hilfe des Akteurs YouTube und anderer Plattformen wie Facebook und dem eigens gegründeten Blog *millamedia.hu*⁶⁶⁵ zielte Milla demnach darauf ab, eine Gegenöffentlichkeit inner- und außerhalb des Internets zu etablieren und ein Korrektiv zur ungarischen Medienberichterstattung und zur politischen Kommunikation der Parteien zu bilden. Als im März 2012 erste Zweifel an der genauen Ausrichtung von Milla laut wurden, versicherten ihre Vertreter, dass sie „keine besseren Parteien, sondern bessere Wähler“⁶⁶⁶ schaffen wollten. Von diesem Ansatz des unabhängigen parteilosen bürgerschaftlichen Engagements verabschiedete sich die Initiative allerdings seit Oktober 2012 zunehmend. Kurz vor der Demonstration am 23. Oktober 2012 hatte sich Milla zu einem politischen Verein ernannt. Laut Péter Juhász, dem Gründer von Milla, sei den Mitgliedern „klar geworden, dass es nicht genug sei, ein Forum zu bieten, man muss aktiv in die Politik einsteigen.“⁶⁶⁷ Der offensichtliche Wandel von einer zivilen Bewegung zu einer parteibezogenen Initiative folgte anschließend auf der Demonstration, als der ehemalige kurzzeitige Premierminister Gordon Bajnai

unter: <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2016-10/ungarn-nepszabadsag-oppositionszeitung-verkauft-viktor-orban> und <https://www.facebook.com/nolhu/>. Das Zeitungsarchiv der online erschienenen Artikel ist noch erhalten unter: <http://nol.hu/>.

⁶⁶² Thomas Imer: „Die Typen im Pullover. Ungarns Regierung macht europaweit Negativschlagzeilen: Mediengesetz, Kultureinsparungen und eine Atmosphäre der Künstlerdif-famierung. Doch wie sieht es an den Theatern aus? Ein Bericht aus Budapest“. In: *Theater heute* 52 (2011), H. 5, S. 48-51, hier S. 51.

⁶⁶³ Vgl. Borbála Toth: *Mapping Digital Media: Hungary. A report by the Open Society Foundations* (2012), S. 24f., online unter: <http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-hungary-20120216.pdf>.

⁶⁶⁴ Vgl. Tóth: *Mapping Digital Media: Hungary*, S. 41.

⁶⁶⁵ Vgl. die Plattform online unter: <http://www.millamedia.hu/> sowie ihren YouTube-Kanal, seit 21.06.2012 auf YouTube online unter: <https://www.youtube.com/user/millamediavideo>.

⁶⁶⁶ O.V.: „Válságban a Milla“ [Die ‚Milla‘ in der Krise]. In: *Magyar Narancs* (16.03.2012), online unter: <http://magyarnarancs.hu/belpol/valsagban-a-milla-79228>.

⁶⁶⁷ Vgl. u.a.: Gergő Plánko: „Politikai mozgalomról alakult a Milla“ [Die Milla ist zu einer politischen Bewegung geworden.]. In: *index.hu* (10.10.2012), online unter: http://index.hu/belfold/2012/10/10/politikai_mozgalomra_alakul_a_milla/.

⁶⁶⁸ Vgl. O.V.: „Választási mozgalmat hoz létre Bajnai és a Milla 2014-re“ [Bajnai und Milla gründen eine gemeinsame Bewegung für die Wahlen]. In: *hvg.hu* (23.10.2012), online unter: http://hvg.hu/itthon/20121023_Valasztasi_mozgalmat_hoz_letre_Bajnai_es_.

⁶⁶⁹ Auf der ungarischen Parteiwebsite ist bei Aufruf der Subsite „Über die Partei“ kein Eintrag vorhanden. Vgl. http://www.egyutt2014.hu/az_egyuttrol/.

⁶⁷⁰ Vgl. O.V.: „Quartett mit schwarzem Péter. Linke Opposition in Ungarn einigt sich auf gemeinsame Kandidatenliste“. In: *Pesterlyd.net* (14.01.2014), online unter: <http://www.pestierlyd.net/html/1403quartett.html>. Dem Bündnis wurde interne Uneinigkeit und Strukturlosigkeit vorgeworfen, in der Medienberichterstattung wurde von einer „schwachen Opposition“ gesprochen. Vgl. dazu u.a.: Michal Kokot: „Die fünf Gründe für Orbáns Wahlsieg“. In: *Zeit Online* (06.04.2014), online unter: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2014-04/ungarn-orban-wahlsieg-kommentar>. Außerdem musste das Bündnis einen Monat vor der Wahl seinen Namen in „Regierungswechsel“ ändern, da die Wahlkommission eine zu starke Nähe zum Namen einer anderen, sehr kleinen Partei bemängelte.

⁶⁷¹ Vgl. dazu: O.V.: „Orbán's Partei verliert Zweidrittelmehrheit“. In: *Süddeutsche.de* (22.02.2015), online unter: <http://www.sueddeutsche.de/politik/ungarn-orbans-partei-verliert-zweidrittelmehrheit-1.2363142>.

⁶⁷² Vgl. dazu ausführlich: Maté Nyusztay: „Cenzurázással, veszekedésel ért véget a Milla“ [Mit Zensur und Streit ist die Milla aufgelöst worden]. In: *nol.hu* (08.04.2014), online unter: <http://nol.hu/belfold/cenzurazassal-veszekedessel-ert-veget-a-milla-1455415>.

neben weiteren Redner/innen an das Sprecherpult trat. Er verkündete, dass sich die linke Opposition zum Bündnis „Együtt 2014“ [Zusammen 2014] zusammenschließen werde, in der auch Milla neben zwei anderen Organisationen vertreten war, um einen Regierungswechsel bei den Wahlen im April 2014 anzustreben.⁶⁶⁸ Bajnai steht dem ehemaligen Ministerpräsidenten Ferenc Gyurcsány nahe, dessen sozialdemokratische Partei MSZP von 2002 bis 2010 regierte. Gyurcsány schlug nach seinem Rücktritt im März 2009 Bajnai als seinen Nachfolger vor. Schon nach den Parlamentswahlen im April 2010 folgte allerdings der Machtwechsel durch die noch heute regierende Partei Fidesz. Das Bündnis Zusammen 2014 wurde im Mai 2013 in eine Partei umgewandelt, um bei den Parlamentswahlen 2014 überhaupt antreten zu können.⁶⁶⁹ Als im Januar 2014 bekannt wurde, dass Gyurcsánys Partei DK, die „demokratische Koalition“ ebenfalls mit Bajnais Bündnis und weiteren Parteien als ein gemeinsames neues Linksbündnis [Zusammenschluss 2014] auftreten würde, kündigte Juhász seinen Rückzug aus dem Bündnis an.⁶⁷⁰ Der geplante Regierungswechsel durch das Bündnis scheiterte, Viktor Orbán regiert seit den Parlamentswahlen im April 2014 weiter, zunächst wieder mit einer Zweidrittelmehrheit, die Fidesz aber durch Nachwahlen Anfang 2015 verloren hat.⁶⁷¹ Einen Tag nach den Parlamentswahlen im April 2014 wurde auf der Website der Milla die Auflösung des Vereins bekannt gegeben – in einer Meldung, die ohne Absprache aller Mitglieder veröffentlicht wurde.⁶⁷² „Milla kann der Rolle, die der Verein sich einst ausgesucht hatte, nicht mehr gerecht werden.“⁶⁷³ Seit fast einem Jahr seien keine relevanten Aktivitäten mehr organisiert worden.

Trotz dieser Ereignisse und der Auflösung der Bürgerinitiative Milla lässt sich am regierungskritischen Video *NTR* von 2011 die Rolle YouTubes als Plattform für aktuelle Diskurse der Gesellschaft sehr gut veranschaulichen: das Video wurde zwar von Milla produziert und in ihrem YouTube-Kanal hochgeladen, an den Protesten waren jedoch weitaus mehr Akteur/innen beteiligt. Es wirkten zahlreiche in Ungarn bekannte Persönlichkeiten, aber auch unbekannte Bürger/

innen im Video mit, sodass es zugleich losgelöst von Millas sehr kurzer Vereinsgeschichte ‚agiert‘ und sehr viele zusätzliche Akteur/innen im Kommentarbereich in das Protestnetzwerk involviert.

Der Schwerpunkt der folgenden Kapitel liegt darauf, nachzuzeichnen, wie sich Milla, die Darsteller/innen im Video *NTR*, sowie die Videokommentator/innen auf YouTube als politische Akteur/innen inszenieren und welche Rollen sie in der Netzwerköffentlichkeit übernehmen (siehe Tabelle 2). Zudem zeigt das Protestnetzwerk, wie die Regierung agiert und auf den unterschiedlichen Diskursebenen dargestellt wird.

Tabelle 2: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im Akteursnetzwerk der Regierungsproteste in Ungarn 2011 (eigene Darstellung)

		Ausgewählte DISKURSEBENEN , auf denen die Handlungsinitiativen der Akteur/innen sichtbar und erfasst werden		
		YouTube-Video NTR	Kommentare	Medienberichte und Blogs, Websites der Akteur/innen (Auswahl)
Ausgewählte AKTEUR/INNEN der Inszenierungen	Darsteller/innen im Video NTR	Wie treten die verschiedenen Darsteller/innen im Video <i>NTR</i> auf?	Wie treten die Darsteller/innen in den Kommentarinhalten zum Video <i>NTR</i> auf?	Wie tritt Milla in den Medienberichten und auf seinen Websites und Blogs auf?
	Ungarische Regierung	Wie tritt die ungarische Regierung im Video <i>NTR</i> auf?	Wie werden die Regierungspartei Fidesz und die Politik in Ungarn allgemein in den Kommentarinhalten zum Video <i>NTR</i> diskutiert?	Wie wird die Politik der Regierung in Bezug auf die Proteste 2011 in der Medienberichterstattung und auf den Websites der Akteur/innen thematisiert?
	YouTube	–	Wie wird YouTube als Dispositiv in den Kommentarinhalten zum Video <i>NTR</i> sichtbar?	Wie treten das Videodisplay, die Videostatistiken (Bewertungen, Zugriffszahlen) auf der YouTube-Website in Erscheinung? Wird das Video <i>NTR</i> in andere Websites eingebettet?

⁶⁷³ O.V.: „A Milla története már lezárult“ [Millas Geschichte ist schon zu Ende]. In: *millaegyesulet.hu* (07.04.2014), online unter: <http://millaegyesulet.hu/?p=100> (Auf die Seite wurde zuletzt am 22.08.2014 zugegriffen, am 06.02.2015 war sie online nicht mehr verfügbar). Die genannte Facebook-Seite existiert aber noch.

⁶⁷⁴ Bis zum 25.03.2015 hat das Video *NTR* 1.492.050 Aufrufe und 8.424 Kommentare auf YouTube erhalten. Von Oktober 2011 bis Ende Februar 2012 wurden bereits 6902 Kommentare gepostet. Siehe die tagesaktuelle Videostatistik online unter: <https://youtu.be/GSP81Che1X0>.

⁶⁷⁵ Siehe den Eintrag im Blog zur Demonstration am 18.10.2011: O.V.: „A, Nem tetszik a rendszér az első ötven legnépszerűbb videó között a YouTube-on“ [Das Video „das System gefällt mir nicht“ unter den ersten 50 beliebtesten Videos auf YouTube]. In: *nemtetszikarendszer.blog.hu* (18.10.2011), online unter: http://nemtetszikarendszer.blog.hu/2011/10/18/tamogasd_a_tuntetest2 und siehe auch die Angaben in den Kommentaren zum Video *NTR* auf YouTube: „Das Ranking des Videos: #63 – meist diskutiert (heute) – Musik – weltweit, #56 – meist bewertet (heute) – Musik – weltweit“ (Nutzer/in knor1982 im Oktober 2011); „#24 – meist diskutiert (diese Woche) – Musik – weltweit, #73 – beliebtester Favorit (diese Woche) – Musik – weltweit; #48 – meist bewertet (diese Woche) – Musik – weltweit, #55 – meist gesehen (diese Woche) – Musik – weltweit; Gratulation!“ (Nutzer/in The Zerocool0227 im Oktober 2011).

⁶⁷⁶ Zu beiden Demonstrationen im März 2011 und Oktober 2011 gibt es keine offiziellen, sondern nur je nach Berichterstatte/r/in schwankende Zahlen: Bei der Demonstration im Oktober reichten die Angaben zwischen „mehreren 10.000“, wie in der öffentlichen Berichterstattung angegeben wurde, vgl. u.a.: O.V.: „Több tízezren tüntettek az Orbán-kormány ellen: „nem tetszik a rendszér““ [Mehrere 10.000 demonstrierten gegen die Orbán-Regierung: „das System gefällt uns nicht“]. In: *Népszava.hu* (23.10.2011), online unter:

Ausgewählte AKTEUR/INNEN der Inszenierungen	Kommentator/innen	Wie treten die Kommentator/innen als Online-Öffentlichkeit im Video <i>NTR</i> auf (Milla ruft über den eigenen Blog zur Teilnahme an der Videoproduktion auf)?	Inwiefern macht sich eine Selbstreflexion der Kommentator/innen und Kritik an anderen Kommentarinhalten im Rahmen der Kommentare zum Video <i>NTR</i> bemerkbar?	Wie treten die Kommentator/innen als YouTube-Öffentlichkeit in der Berichterstattung der Medien und auf den Websites und Blogs der Akteur/innen auf?
	Ausgewählte (Online-)Medien	–	Wie machen sich die Online-Medien in den Kommentarinhalten zum Video <i>NTR</i> bemerkbar?	Inwiefern findet eine Selbstreflexion über die Rolle der (Online-)Medien für den Protest statt?

Die Diskursebenen der YouTube-Website und die der Medienberichterstattung sind, wie in Kapitel 4 auch, entscheidend für dieses Akteursnetzwerk der Regierungsproteste. Sie zeigen die Relevanz des Videos inner- und auch außerhalb Ungarns auf: Bereits in den ersten Wochen nach dem Upload stieg die Anzahl der Aufrufe rasant an auf circa eine halbe Million, und erhöhte sich seitdem kontinuierlich auf über 1,4 Millionen. Das Video hat inzwischen über 8.400 Kommentare erhalten,⁶⁷⁴ die einen Einblick in Strukturen und die Lebenssituation der ungarischen Gesellschaft gewähren sowie in die tiefe Spaltung zwischen Regierungskritiker/innen und -befürworter/innen. Der YouTube-Kanal der Milla war im November 2011 sogar an zweiter Stelle der meistgesehenen Kanäle in Ungarn, und das Video selbst war an bestimmten Tagen im Oktober 2011 unter den 50 beliebtesten Videos im Bereich „meistdiskutierte Musik – weltweit“⁶⁷⁵.

Das Akteursnetzwerk dieser Regierungsproteste bezieht sowohl die YouTube-Öffentlichkeit als Protestakteur mit ein als auch die Akteur/innen der lokalen Demonstration am 23. Oktober 2011 in Budapest. Bei dieser Demonstration waren nach Angaben der Veranstalter bis zu 100.000 Teilnehmer präsent⁶⁷⁶ – sie wurde zur größten Demonstration in Ungarn seit mehreren Jahren.⁶⁷⁷ Der Text und die Musik des Videos *NTR* wurden zwar als offizielles Lied zu dieser Demonstration

produziert, die Reichweite des Videos sowie der Facebook-Gruppe der Milla geht aber weit über das Ereignis der Demonstration hinaus. Am Tag selbst und auch in den darauf folgenden Wochen wurde über das Protestvideo in verschiedenen ungarischen Tageszeitungen unterschiedlicher politischer Ausrichtung berichtet, das YouTube-Video wurde zudem direkt in die Online-Ausgaben der Zeitungen eingebettet, wenn auch teilweise von den Redaktionen scharf kritisiert, wie zum Beispiel in der regierungsnahen Zeitung *Magyar Nemzet*.⁶⁷⁸ Das Video *NTR* hat als eigenständiges Protestmittel auch unabhängig von der Demonstration und der Bewegung Milla eine starke Resonanz in Ungarn und in internationalen Medien erfahren. In den zahlreichen Videokommentaren auf YouTube wurden Diskurse initiiert, die sonst in der staatlich gelenkten Medienberichterstattung in Ungarn kaum Platz finden und als Spuren der YouTube-Öffentlichkeit ein detailliertes Abbild der ungarischen Gesellschaft bieten, wie das Kapitel 5.3 zeigen wird. Im folgenden Kapitel 5.2 werden zunächst die Diskursebenen des Videos *NTR*, der Medienberichterstattung und der Akteurswebsites und Blogs beleuchtet, welche als Kontextualisierung der Ereignisse immer wieder eine unverzichtbare Rolle spielen, jedoch nur ausschnittshaft als Teil der Netzwerköffentlichkeit dargestellt werden können. Auf der Diskursebene des Videos hat die Inszenierungsstrategie der partizipativen Videoproduktion einen erheblichen Einfluss auf die Etablierung des Protestnetzwerks.⁶⁷⁹

5.2 Die Inszenierungsstrategie der partizipativen Produktion im Musikvideo *Nem tetszik a rendszer* [Das System gefällt mir nicht]

Im YouTube-Kanal der Milla ‚Tüntetések a Sajrtószabadságért‘ [Demonstrationen für die Pressefreiheit]⁶⁸⁰ sind neben zahlreichen Mitschnitten von Auftritten der Initiative im Fernsehen und auf öffentlichen Veranstaltungen unter dem übergreifenden Motto „Das System gefällt mir nicht“ eine Reihe von Videos hochgeladen, die zusammen mit der Facebook-Gruppe⁶⁸¹ und dem Blog⁶⁸² die Demons-

<http://www.nepszava.hu/articles/article.php?id=484294> und „bis zu 100.000“ nach Angabe der Veranstalter, vgl. den Eintrag im Blog zur Demonstration: O.V.: „100ezren kiáltották: nem tetszik!“ [100.000 haben geschrieben: es gefällt mir nicht]. In: *nemtetszikarendszer.blog.hu* (23.10.2011), online unter: http://nemtetszikarendszer.blog.hu/2011/10/23/koszonyuk_102.

⁶⁷⁷ Planko: „Kitört a Facebookról Orbán új ellenzéke“ [Orbáns neue Opposition ist aus Facebook herausgebrochen] (online).

⁶⁷⁸ Vgl. den bereits erwähnten Artikel im Online-Auftritt der Tageszeitung *Népszava.hu*: O.V.: „Több tízezer tüntettek az Orbán-kormány ellen: „nem tetszik a rendszer““ [Mehrere 10.000 demonstrierten gegen die Orbán-Regierung: „das System gefällt uns nicht“] sowie: Péter Pető: „Dorotya és Dóra – fiatal nők a rendszertelenes mozgálmobban“ [Dorotya und Dóra – junge Frauen in der Bewegung gegen das System]. In: *nol.hu* (06.11.2011), online unter: [http://mno.hu/stenk/nem-tetszik-nem-tetszik-nem-tetszik-a-900236](http://nol.hu/belfold/20111105-kepbe_kerultek; Planko: „Kitört a Facebookról Orbán új ellenzéke“ [Orbáns neue Opposition geht über Facebook hinaus] (online) und den sehr sarkastischen, negativen Kommentar zum Liedtext in der Tageszeitung <i>Magyar Nemzet</i>: O.V.: „Nem tetszik, nem tetszik, nem tetszik a...“ [Es gefällt mir nicht, gefällt mir nicht, gefällt mir nicht, das...]. In: <i>mno.hu</i> (24.10.2011) online unter: <a href=).

⁶⁷⁹ Die Forschungsergebnisse aus den folgenden Kapiteln 5.2 und 5.3 sind in Auszügen bereits veröffentlicht in: Iris Cseke: „Kommentare als Spiegel der Affektion auf YouTube – das ungarische Videoprojekt *Nem tetszik a rendszer*“. In: Dies.; Sebastian Jung; Lars Krautschick u.a.

(Hrsg.): *produktion. AFFEKTION. rezeption. Tagungsband zum interdisziplinären Symposium für Nachwuchswissenschaftler im Rahmen des Promotionsprogramms ProArt der LMU München vom 17.02. – 18.02.2012*. Berlin: epubli 2014, S. 315–334.

⁶⁸⁰ Vgl. den Kanal auf YouTube seit 15.01.2011 online unter: <https://www.youtube.com/user/sajtozabadsagert/featured>.

⁶⁸¹ Vgl. die Facebook-Seite zur Demonstration online unter: <https://www.facebook.com/nemtetszikarendszer>. Diese Seite wird auch für die Organisation darauffolgender Demonstrationen genutzt, zum Beispiel die Demonstration am 15. März 2012, dem Tag zum Gedenken an den Volksaufstand 1848.

⁶⁸² Vgl. den Blog *nemtetszikarendszer.blog.hu* online unter: <http://nemtetszikarendszer.blog.hu/>.

⁶⁸³ Vgl. das Video *Nem tetszik a rendszer!?* (hier *NTR 2* genannt), seit 09.10.2011 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/SAmRSnrwds?list=PLCEB94DAE72EE208C>.

⁶⁸⁴ Siehe den preisgekrönten Dokumentarfilm über die 1956er Revolution *Lyukas zászló* [Löchrige Fahne] der Regisseurin Klaudia Kovács aus dem Jahr 2007, der auch auf dieses Motiv anspielt, sowie zur Symbolik des herausgeschnittenen Wappens: Gabriella Schubert: „Nationale Symbole der Ungarn und deren Narrative“. In: *Zeitschrift für Balkanologie* 49 (2013), H. 2, S. 234–262.

⁶⁸⁵ Die Playlist mit diesen Videos, die zwischen 05. und 21.10.2011 auf YouTube geladen wurden, ist online unter: <http://youtu.be/B07R8wL1f8Q?list=PLCEB94DAE72EE208C>. (Alle folgenden Verweise auf die Videobotschaften beziehen sich auf diesen Link). Drei weitere

tration am 23. Oktober 2011 ankündigten. Mit dem Begriff ‚System‘ ist hier die Zweidrittelmehrheit der Regierungspartei Fidesz gemeint. Eines der Videos, das am 09. Oktober 2011 hochgeladen wurde, trägt den gleichen Titel wie das Video *NTR*, enthält aber nur dessen Tonspur: das für die Demonstration komponierte Lied mit dem Refrain „Das System gefällt mir nicht“. Auf der visuellen Ebene ist neben der Ankündigung der Demonstration die ungarische Fahne mit einer Orange in der Mitte zu sehen, die im Laufe des Videos mit einer Schere aus der Fahne herausgeschnitten wird.⁶⁸³ Die Orange spielt auf das orangefarbene Logo der Regierungspartei Fidesz an. Dieses Bildmotiv der „löchrigen Fahne“ erinnert an die Aufstände von 1956, als das sozialistische Wappen als Protestakt gegen die Staatsmacht aus der ungarischen Fahne symbolisch herausgeschnitten wurde.⁶⁸⁴

Dieses Motiv wird als Opener in 16 Videobotschaften berühmter ungarischer Persönlichkeiten aus dem kulturellen Leben genutzt, Schauspieler/innen, Autor/innen und Künstler/innen, sowie der zivilen Aktivist/innen der Milla, die jeweils ein individuelles Statement abgeben, warum ihnen „das System nicht gefällt“⁶⁸⁵. Laut diesen Protestakteur/innen möchte die Regierung die Handlungsmacht des Volkes beschränken und „Untergebene“ aus ihren Bürgern machen,⁶⁸⁶ sie zwingt die Menschen dazu, Ungarn zu verlassen,⁶⁸⁷ gewähre zu wenig Frauen Führungspositionen,⁶⁸⁸ höre den Menschen mit ihren Anliegen nicht zu⁶⁸⁹ und erhebe Studiengebühren, die Fidesz selbst im Jahr 2008 als Oppositionspartei noch abgelehnt hatte.⁶⁹⁰ Péter Juhász von Milla macht in seiner Videobotschaft die Schikanen von Fidesz hinsichtlich der geplanten Demonstration deutlich: Die Regierung habe mit einer Gegenveranstaltung versucht, die Erreichbarkeit der Demonstration der Milla zu erschweren.⁶⁹¹ Die Künstlerin Hajnalka Tarr sieht die Gesellschaft in der Verantwortung, nicht nur „mit einem Bier in der Kneipe darüber zu diskutieren, was passieren müsse, sondern zu handeln“⁶⁹². Unter diesen Botschaften finden sich zudem ein Ausschnitt aus der Rede des Dalai Lama, die er 2006 zum 50. Jahrestag der Volksaufstände an die Ungarn richtete⁶⁹³ und ein Zusammenschnitt eines Auftritts von Viktor Orbán

in einer Fernsehsendung, in der er sich – vermutlich noch als Vertreter der Opposition vor dem Regierungswechsel 2010 – für die Freiheit des Landes und gegen die gewaltige Staatsmacht in Ungarn äußert.⁶⁹⁴ An diesen beiden Beispielen wird die Handlungsinitiative des technologischen Akteurs YouTube im Protestnetzwerk sehr gut deutlich, da er den von den Protestakteur/innen initiierten Bilderfluss ermöglicht: Mit Hilfe der Plattform stellt Milla in ihrem eigenen Kanal neben den selbst produzierten Videobotschaften auch diese beiden Videos ein, die Jahre zuvor produziert worden sind und nun durch ihre neuen Titel und ihre Übertragung in den Kanal von Milla neu kontextualisiert werden können. Insbesondere Orbáns Aussage wird durch die hier von Milla angewandte Strategie der mimetischen Subversion neu verortet und gegen ihn selbst verwendet, da er an der Vorgängerregierung genau das kritisiert hatte, was er später seinerseits durch die Einschränkung der Pressefreiheit und die Änderung der ungarischen Verfassung praktiziert.

Neben dem Upload dieser Videobotschaften auf YouTube, die bereits einen Teil der Inszenierungsstrategie der partizipativen Videoproduktion visualisieren, startete Milla in ihrem Blog zur Demonstration einen Aufruf an die Online-Öffentlichkeit: Jede/r Interessierte sollte sich selbst zuhause filmen und den Slogan „Das System gefällt mir nicht“ mit in die Kamera gerichtetem Blick vorsingen, da eine Auswahl dieses Materials anschließend in das Musikvideo *NTR* integriert werde.⁶⁹⁵ Dieses eingesandte Material ist wie die Ausschnitte aus den Videobotschaften als Mashup in die Videodramaturgie eingearbeitet worden, wie eine Auswahl an Sequenzen in Abbildung 3 zeigt.⁶⁹⁶ Die mediale Form des Mashups und des Remixes ist bezeichnend für die kollaborative Autorschaft als partizipative Produktionsform auf YouTube, wie es in Kapitel 2 bereits ausführlich dargelegt wurde. Durch diese Mashups konnten sie die Teilnehmer/innen bewusst in ihrer privaten, mit der heimischen Kamera gefilmten Umgebung auf YouTube zeigen und als Protestakteur/innen integrieren.

Videobotschaften sind nicht zu dieser Playlist hinzugefügt worden, gehören aber auch zu ihnen, vgl. auf YouTube online unter: <http://youtu.be/p4k2QXdqIrk>; <http://youtu.be/rv7hL44L1Hs> und <http://youtu.be/7JLo9uyre20>.

⁶⁸⁶ Vgl. die Videobotschaft der Sängerin Ági Bárdos Déak. Der Schauspieler Ártur Káldi zeigt in seiner Botschaft Beispiele auf, wo die Regierung in die persönliche Sphäre der Bürger/innen eingreift. Auf die Einschränkung der Bürgerrechte im Sozialismus vor 1989 nimmt der Sänger János Brodý in seiner Botschaft Bezug.

⁶⁸⁷ Vgl. die Videobotschaften der Autorin Lily Kemény und des „Auswanderers“ Barnie (im Schriftinsert im Video so angegeben).

⁶⁸⁸ Vgl. die Videobotschaft der Sängerin und Moderatorin Soma.

⁶⁸⁹ Vgl. die Videobotschaft der Schauspielerin Réka Ágnes Toth, die über die erfolglose Demonstration gegen die Schließung des Kulturzentrums Tüzkert vor dem Gebäude der Stadtverwaltung in Budapest spricht.

⁶⁹⁰ Vgl. die Videobotschaft von Dóra Polgár von der Studierendenvereinigung. Die Psychologin und Dozentin Judit Kende kritisiert in ihrer Botschaft die Eingriffe der Regierung in die Autonomie der Hochschulen.

⁶⁹¹ Vgl. die Videobotschaft von Péter Juhász. Auf dieses Narrativ nimmt auch die Choreografin Johanna Bodor in ihrer Videobotschaft Bezug.

⁶⁹² Vgl. die Videobotschaft von Hajnalka Tarr.

⁶⁹³ Vgl. die Videobotschaft des Dalai Lama als Ausschnitt aus dem Video *Die Nachricht des Dalai Lama an Ungarn*, seit 20.11.2007 auf YouTube online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=eflmrZZBL0I>.

⁶⁹⁴ Vgl. das als Videobotschaft von Orbán ausgelegte Video mit dem Ausschnitt aus einer Fernsehsehung, seit 06.10.2011 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/sQj95MzDH80> und einen Screenshot in Abbildung B1 in Anhang B).

⁶⁹⁵ Vgl. den Eintrag im Blog zur Demonstration am 23.10.2011: O.V.: „Szerepelj a videoklipben“ [Mach bei unserem Videoclip mit]. In: [nemetszikarendszer.blog.hu](http://nemetszikarendszer.blog.hu/13.10.2011) (13.10.2011), online unter: http://nemetszikarendszer.blog.hu/2011/10/13/szerepelj_a_videoklipben.

⁶⁹⁶ Die Abbildungen B2 und B3 im Anhang B zeigen außerdem eine Auswahl an Sequenzen mit den Videobotschaften sowie die Sequenzen mit der Sängerin in der Budapester Innenstadt.

⁶⁹⁷ Vgl. Min 00:29–00:58.

⁶⁹⁸ Siehe den Unterschied zur Bildqualität in Abbildung B2 in Anhang B).

⁶⁹⁹ Vgl. das gesamte zweite Mashup in Min 01:28–01:57.

⁷⁰⁰ Vgl. Rény Pál; Juhász: „A Politika számára ijesztő“ [Die Politik ist beängstigend], S. 9.

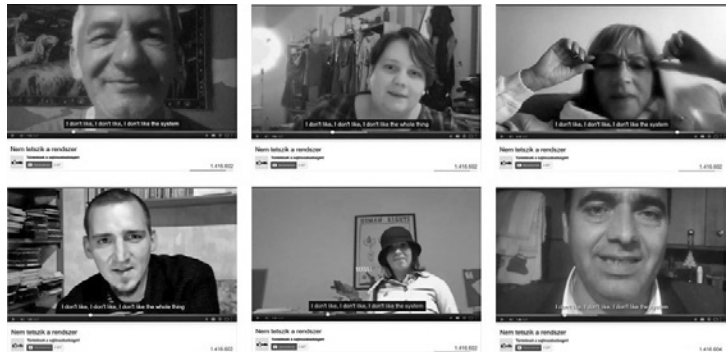


Abbildung 3: Screenshots aus dem Video *NTR* auf YouTube, in denen die an Milla gesandten Privatvideos zu sehen sind (Auswahl)

In der ersten Sequenz des Video *NTR* wurden Millas Videobotschaften mit den Privatvideos der ungarischen Bürger/innen als Mashup zusammengeschritten.⁶⁹⁷ Die Unterschiede zwischen den Protagonist/innen machen sich an der Bildästhetik und den Lichtverhältnissen bemerkbar, die Qualität der Amateur-Videos, die vermutlich mit der Webcamera des heimischen Computers aufgenommen wurden, unterscheidet sich von den Aufnahmen, die als Videobotschaften vorab von Milla für die YouTube-Öffentlichkeit gefilmt wurden.⁶⁹⁸ Im zweiten Mashup werden schnell aufeinander folgende, zusammengeschrittene Einstellungen eingeblendet, die nur das selbst gedrehte Videomaterial von 24 Bürger/innen aller Altersgruppen zeigen (siehe Abbildung 3).⁶⁹⁹ Im dritten und letzten Mashup sind zehn weitere eingesandte Aufnahmen und zwei Ausschnitte aus den Videobotschaften zu sehen. Diese kollaborative Autorschaft hat laut Juhász zu einigen Problemen geführt, da Angestellte von ihren Vorgesetzten dazu aufgefordert wurden, die Ausschnitte, in denen ihr Gesicht zu sehen ist, wieder aus dem Video entfernen zu lassen.⁷⁰⁰

Bei all diesen Sequenzen mit den Mashups wurde jeweils nur die Bildebene in das Musikvideo *NTR* übernommen, die die Protagonist/innen jeweils beim Verkünden des Refrains „Das System gefällt mir nicht“ zeigt. Die akustische Ebene der Videobotschaften wurde

überall ausgeblendet, als Tonspur läuft die Stimme der Sängerin Dorottya Karsay. Die Sequenzen, die die partizipative Produktionsstrategie auf der visuellen Ebenen des Videos *NTR* widerspiegeln, werden durch Sequenzen ergänzt, in denen die Sängerin Dorottya Karsay, der Schriftsteller Tamás Jonás und der Schauspieler Zsolt Mathé mit Sprechgesang auftreten und in der Budapester Innenstadt zu sehen sind. Die Sängerin Dorottya Karsay bezeichnet sich als „zivile Aktivistin“⁷⁰¹, das Musikvideo sei durch die Zusammenarbeit verschiedener Aktivist/innen zustande gekommen, die sich der Milla verbunden fühlen,⁷⁰² wobei Dorrotya Karsay das „Gesicht“ der Demonstration am 23. Oktober 2011 geworden ist.⁷⁰³ In der einleitenden Videosequenz ist die Protagonistin in Nahaufnahme vor dem Verkehr der Budapester Innenstadt zu sehen, wie Abbildung B3 im Anhang B) zeigt. In dieser ersten Sequenz wird das Narrativ des Liedtextes, das ausdrückt, was „ihr am System nicht gefällt“⁷⁰⁴, durch eine Bildästhetik untermauert, in der der Stadtverkehr rückwärts ‚fließt‘ beziehungsweise sich die Passant/innen im Hintergrund rückwärts bewegen und auch die Lippen der Sängerin den Text rückwärts wiedergeben. Innerhalb der geposteten Videokommentare wurde über die dramaturgische Bedeutung dieses bildästhetischen Mittels vielfach diskutiert. Mehrere Nutzer/innen interpretieren dieses Bildmotiv als Metapher für die Rückwärtsgewandtheit des Landes und vermuten, dass es den „negativen Fortschritt“ darstellen soll.⁷⁰⁵ Die nächste Sequenz, in der die Sängerin als einzige Protagonistin agiert, zeigt sie im Zwischengeschoss der Budapester U-Bahn sowie durch die Innenstadt laufend.⁷⁰⁶ Die Videoästhetik der partizipativen Produktion, die durch den Zusammenschnitt der verschiedenen Mashups aus Videobotschaften berühmter Persönlichkeiten einerseits und Privatvideos der Bevölkerung andererseits verfolgt wird, spiegelt sich auch in diesen Sequenzen wider, in denen die Sängerin als einzige Protagonistin auftritt. Durch unterschiedliche Kleidung verkörpert sie unterschiedliche Charaktere der ungarischen Gesellschaft. Der folgende Videokommentar liefert der YouTube-Öffentlichkeit eine plausible Interpretation diesbezüglich:

⁷⁰¹ Vgl. Gréczi Sándor: „Szójanak be, de ne legyenek szexisták“ [Sie sollen sich äußern, aber keine Sexisten sein]. In: *index.hu* (24.10.2011), Min 02:30–02:51 im Video, online unter: http://index.hu/video/2011/10/24/karsay_dorottya/.

⁷⁰² Vgl. Daniel Rényi Pál; Dorottya Karsay: „Csak alulról jöhet“ [Es kann nur von unten kommen]. In: *Magyar Narancs. Politisch Kulturelles Wochenmagazin* 23 (2011), Nr. 43, S.13.

⁷⁰³ Siehe das Video des Nachrichtenportals *index.hu* zur Demonstration am 23.10.2011: „Megmutatták a civilek, hogy vaccpaör“ [Die Zivilen haben es ihnen gezeigt]. In: *index.hu* (23.10.2011), online unter: http://index.hu/video/2011/10/23/megmutattak_a_civilek_hogy_vacppaor/.

⁷⁰⁴ Der Liedtext wird zwar auf Ungarisch gesungen, im Video auf YouTube können aber englische Untertitel eingestellt werden. Vgl. diese gesamte erste Sequenz in Min 00:00 bis 00:28.

⁷⁰⁵ Vgl. u.a. den folgenden Kommentar: „@Zsolttyjoca8: Ja!! :) Und das ist ein guter Ausdruck, dafür, dass Ungarn sich zurück entwickelt: D zumindest machen wir negativen Fortschritt (meiner Meinung nach) :)“ (Nutzer/ in markoo623, Phase 1). Die hier genannte Einteilung der Kommentarinhalte in verschiedene Phasen wird in Kapitel 5.3.1 ausführlich erläutert.

⁷⁰⁶ Vgl. die Sequenzen in Min 00:59–01:27.

@yooo1051: [...] Falls es Dir nicht aufgefallen ist, das Mädchen trägt in jeder Szene andere Klamotten, um zu zeigen, dass sie ihre Rolle gewechselt hat und einen anderen Charakter darstellt. Sie spiegelt mehrere Mädchen wider. Es ist eine Reflexion der unterschiedlichen Gesichter, die während der Montage im Refrain „Es gefällt mir nicht“ zu sehen sind, sie haben die Sängerin nur nicht mit jeder Szene ausgetauscht. [...] (Nutzer/in JerrycoCrane, Phase 1)

Nach den anschließenden Mashups mit weiteren eingesandten Privatvideos der Online-Öffentlichkeit folgt ein Sprechgesang des Schauspielers Zsolt Mathé, der ebenfalls in der Budapester Innenstadt in Nahaufnahme zu sehen ist.⁷⁰⁷ Die anschließende Sequenz zeigt wieder die Sängerin, wobei der folgende Liedtext als Narrativ nicht mehr auflistet, was ihr „nicht gefällt“, sondern „was ihr gefällt“ – ein Gegenvorschlag an die Regierung. Ab jetzt fließt auch der Verkehr wieder vorwärts und symbolisiert einen möglichen politischen Wandel als Fortschritt und Erfolg für Ungarn und seine Gesellschaft.⁷⁰⁸ Im Anschluss an das darauffolgende Mashup weist ein Insert nach der Einblendung des Refrains mit Fragezeichen – „das System gefällt [Dir] nicht?“⁷⁰⁹ – im Sinne einer ‚Antwort‘ auf die Demonstration am 23. Oktober 2011 hin und verlinkt zur Facebook-Gruppe der Milla. Die letzte Videosequenz enthält den Sprechgesang des Autors Tamás Jonás, ebenfalls in Nahaufnahme in der Budapester Innenstadt.⁷¹⁰

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Video *NTR* einerseits durch den direkten intertextuellen Bezug der Schriftinserts in Opener und Closer sehr eng mit der Demonstration im öffentlichen Raum in Budapest verknüpft ist. Dazu trägt auch das visuelle Narrativ der Budapester Innenstadt bei: Die Sängerin ist auf derselben Straße zu sehen, auf der die Demonstrationen in Budapest stattfinden (siehe Abbildung B3 in Anhang B)). Außerdem zielt das Video durch die anderen Aufnahmen an öffentlichen Plätzen und Straßen in Budapest und die deutlich zu erkennenden, charakteristischen gelben Straßenbahnen und blauen Busse bewusst auf die Wiedererkennung dieser Orte durch die Rezipient/innen ab, sodass die Protestakteur/

⁷⁰⁷ Vgl. die Sequenz in Min 02:12–03:31.

⁷⁰⁸ Vgl. die Sequenz in Min 03:32–04:02.

⁷⁰⁹ In der ungarischen Sprache muss nicht zwingend der Dativ des Personalpronomens auf das Verb ‚jemandem gefallen‘ verwendet werden, sodass der Satzteil „nem tetszik a rendszer“ unterschiedliche Bedeutungen haben kann, je nachdem ob ein Fragezeichen oder Ausrufezeichen angehängt wird: Es kann also heißen „Mir gefällt das System nicht“ oder mit Fragezeichen „Gefällt Dir das System nicht?“.

⁷¹⁰ Vgl. das Schriftinsert und die letzte Videosequenz in Min 04:33–05:27.

innen trotz ihres Agierens im überregionalen Medium YouTube lokal verortet werden können und das Video als Aufruf zur Teilnahme an der Demonstration dienen kann. Andererseits agiert das Video auf YouTube unabhängig von der Demonstration in der Netzwerköffentlichkeit, die es initiiert hat. Als Teil des Protestnetzwerks fungiert es als eigenständige mediale Ausdrucksform und Knotenpunkt, der audiovisuelle sowie textuelle Diskursebenen der Akteur/innen zusammenführt: Die Videoanalyse dieser Diskursebene ist dabei nur ein Teil der gesamten Protestinszenierung und hat bereits vereinzelt angedeutet, wie über die weitere Diskursebene der Kommentare die YouTube-Öffentlichkeit als Akteur auftritt. Die Kommentator/innen nehmen an der Diskussion über die Regierungskritik aktiv teil und greifen die Narrative aus dem Video auf. Zudem lassen die Kommentare Rückschlüsse auf die YouTube-Nutzer/innen zu, die in diesem Fall aus ganz unterschiedlichen Altersklassen und verschiedenen Regionen Ungarns stammen. Für sie alle bietet YouTube ein integratives Kommunikationsforum zu unterschiedlichen aktuellen und kontrovers diskutierten Themen in Ungarn.

5.3 Videokommentare als Diskurs über die politischen und gesellschaftlichen Verhältnisse in Ungarn

Die empirische Inhaltsanalyse der Kommentare zeigt ein sehr heterogenes Meinungsbild der durch das Video *NTR* auf YouTube initiierten Protestdiskurse. Als Leitfaden für die quantitative und qualitative Inhaltsanalyse galt es, die folgenden Fragen zu beantworten: Welche Themen werden in den Kommentaren als Spiegel der YouTube-Öffentlichkeit diskutiert, wie werden die unterschiedlichen Protestakteur/innen und öffentlichen Ereignisse dargestellt und wie reagieren die Kommentator/innen auf die politische Selbstinszenierung der Protestakteur/innen und ihre Strategien, mit denen sie versuchen, die YouTube-Öffentlichkeit anzusprechen? Durch den selbst gesetzten politischen Anspruch macht sich das Video auch über die reine

ästhetische Wertung hinaus angreifbar, da sich nicht nur die Kanaleigentümer/innen als Videoproduzent/innen inszenieren, sondern auch ungarische Bürger/innen als politische Akteur/innen. Bei solch einem Videoprotest spielt die Glaubwürdigkeit der Videodarsteller/innen und der Kanaleigentümer/innen eine entscheidende Rolle.

5.3.1 *Quantitative Verteilung der Videokommentare in verschiedenen Phasen*

Es wurden alle 6902 Kommentare ausgewertet, die seit dem Upload des Videos am 16. Oktober 2011 bis zum 29. Februar 2012 gepostet wurden. Die Anzahl an Kommentaren in diesem Zeitraum macht bereits 84%⁷¹¹ aller bis zum 22. August 2014 geposteten Kommentare auf YouTube aus (=8233), daher wurde die folgende qualitative Inhaltsanalyse der Kommentare auf die ersten fünf Monate nach dem Videoupload begrenzt. Anhand dieser Kommentarinhalte lassen sich bereits detaillierte Erkenntnisse zur Rolle YouTubes als Kommunikationsplattform der verschiedenen Protestakteur/innen gewinnen und ein Ausschnitt der Diskurse in der Netzwerköffentlichkeit darstellen.

Ab März 2012 nimmt die Anzahl der monatlich geposteten Kommentare kontinuierlich ab. Von Januar 2014 bis zum 22. August 2014 sind dann sogar nur noch insgesamt 260 Kommentare gepostet worden, wie die Tabelle TB1 im Anhang B) zeigt. Die Ereignisse um Millas politische Ausrichtung im Oktober 2012, die Wahlen in Ungarn 2014 und auch Millas Auflösung kurz darauf spiegeln sich erstaunlicherweise nicht in den Kommentaren wider. Stattdessen nehmen seit März 2012 rechtsextreme Kommentare, Wiederholungen und gegenseitige Beschimpfungen immer stärker zu; Viele Nutzer/innen scheinen für einen konstruktiven Dialog auf andere Diskursräume inner- und außerhalb des Internets ausgewichen zu sein.⁷¹² Diese Tendenz kann sich aber jederzeit ändern, sodass diese Einschätzung keine endgültige Charakterisierung des Kommentarbereichs darstellen soll.

Im Gegensatz zum langen, vierjährigen Analysezeitraum der Kommentare zu den Greenpeace-Videoprotesten in Kapitel 4 wurde hier

⁷¹¹ Alle im Folgenden genannten Prozentangaben der relativen Häufigkeiten sowie die Angaben der absoluten Kommentarfrequenzen beziehen sich auf die quantitative Inhaltsanalyse der zum Video NTR zwischen 16.10.2011 und 29.02.2012 geposteten Kommentare.

⁷¹² Vgl. zum Argument, dass gegenseitige Beschimpfungen von Nutzer/innen einen Rückzug anderer Nutzer/innen aus dem Kommentarbereich mit sich bringen, den Beitrag im Blog des Chefredakteurs von *Süddeutsche.de*: Stefan Plöschinger: „Besser Reden mit unserem Lesern“. In: ploechinger.tumblr.com (06.07.2014), online unter: <http://ploechinger.tumblr.com/post/90956559317/besser-reden-mit-unseren-lesern>.

ein sehr kurzer Zeitraum gewählt, der in unterschiedliche Phasen aufgeteilt ist, um die jeweiligen Kommentare besser im Rahmen der Protestereignisse und des Protestverlaufs kontextualisieren zu können. Folgende fünf Phasen sollen miteinander verglichen werden:

Phase 1: 16.10.2011 – 27.10.2011 = 4416 Kommentare (12 Tage)⁷¹³

Phase 2: 28.10.2011 – 10.11.2011 = 782 Kommentare (14 Tage)

Phase 3: 11.11.2011 – 16.12.2011 = 437 Kommentare (36 Tage)

Phase 4: 17.12.2011 – 16.01.2012 = 588 Kommentare (31 Tage)

Phase 5: 17.01.2012 – 29.02.2012 = 679 Kommentare (44 Tage)

Den ersten beiden Phasen wurden als Zeiträume jeweils nur circa zwei Wochen zugeordnet, da laut der zum Video abrufbaren Statistik auf YouTube vom Videoupload bis Anfang November im Tagesdurchschnitt die meisten Kommentare gepostet wurden. Allein zwischen dem 16. und dem 27. Oktober wurden bereits etwa 64% *aller* bis zum 29. Februar 2012 geposteten Kommentare veröffentlicht. Ab dem 11. November bleibt die Anzahl der monatlich geposteten Kommentare relativ konstant. Die Einteilung in einzelne Phasen und ihre Dokumentation in Form der eigenen Archivierung erfolgte synchron zu ihrem Erscheinen auf YouTube. Durch die Phasen kann nachvollzogen werden, welche Themen wann wie oft gepostet werden und auch, wann sich zum Beispiel die Anzahl fremdsprachiger Kommentare erhöht.

In den Kommentaren wird nicht nur reines Feedback zum Video gegeben, sondern es zeigt sich vielmehr ein breites Spektrum an Meinungen zur aktuellen politischen und gesellschaftlichen Lage Ungarns aus Sicht der YouTube-Nutzer/innen – zumindest derjenigen, die tatsächlich Kommentare posten. Nur 41% aller codierten Kommentarinhalte beziehen sich direkt auf das Video, der Rest enthält andere, nur in indirektem Bezug zum eigentlichen Video stehende Themen, wie die folgende Auswertung der Inhaltsanalyse zeigt. Innerhalb der 6902 ausgewerteten Kommentare wurden 8668 Kommentarinhalte erfasst und den im Farbdigramm 2 aufgeführten Codes zugeordnet. Diesen Codes untergeordnete Subcodes⁷¹⁴ enthalten wiederum je nach Bedarf weitere Subcodes.

⁷¹³ Diese Phase war zunächst in zwei Phasen aufgeteilt: eine vor und eine nach der Demonstration am 23.10.2011 bis zum Beginn der nächsten Phase am 28.10.2011. Da sich aber die Häufigkeiten der einzelnen Codes in den beiden Phasen nicht voneinander unterscheiden haben (wie zunächst in Bezug zum Beispiel auf die Thematisierung der Demonstration in den Kommentaren angenommen wurde), wurden die Phasen für die Auswertung der Daten zu Phase 1 zusammengefasst.

⁷¹⁴ Eine detaillierte Übersicht über alle Codes inklusive ihrer Subcodes befindet sich in Abbildung B4 in Anhang B).

Das Thema ‚Video NTR‘ ist mit 41% der meistdiskutierte Kommentarinhalt, der sich auf die Subcodes ‚Darsteller‘ (15%), ‚Text, Aussage‘ (14%), ‚Beurteilung insgesamt‘ (9%) und ‚Bildästhetik‘/ ‚Musik‘ (3%) aufteilt. Mit großem Abstand folgen die Themen ‚Politik allgemein (Ungarn und Ausland)‘ mit 14% und YouTube / Internet‘ (13%), wobei innerhalb des letztgenannten der Anteil der gelöschten oder als Spam gekennzeichneten Kommentare als einer der Subcodes allein schon 5% ausmacht. Diese eigentlich nicht mehr sichtbaren Kommentare hinterlassen durch den Metatext „Kommentar entfernt“ beziehungsweise „Kommentar als Spam gekennzeichnet“ Spuren der Öffentlichkeit auf YouTube.⁷¹⁵ Zusammen mit dem Subcode ‚Thematisierung von: Videos melden, Kommentare löschen und Meinungsfreiheit online‘ sind sie äußerst relevant für die in dieser Studie ebenfalls thematisierten Zensurpraktiken auf und durch YouTube als Dispositiv, das die Diskurse zwischen den Akteur/innen strukturiert. Rechtsextreme Inhalte machen mit 10% einen vergleichsweise hohen Anteil aus, vor allem wenn im Vergleich die ‚öffentlichen Ereignisse‘ in nur 7% der Kommentarinhalte zur Sprache kommen – die beworbene Demonstration am 23. Oktober wird sogar nur in 2,5% der Inhalte thematisiert. Die Themen ‚Lebenssituation‘ (5%), die ‚Kritik rechtsextremer Inhalte‘ (5%) und die Kritik an der ‚ungarischen Gesellschaft‘ (4%) bilden neben dem Code ‚Sonstiges‘ (1%) den Rest der Kommentarinhalte.

Ein Vergleich der Codeanteile innerhalb der einzelnen Phasen zeigt die Schwankungen der Codehäufigkeiten auf, wie das Farbdigramm 3 veranschaulicht. Es fällt auf, dass der Code ‚Video‘ im Vergleich zu den Phasen 1 bis 3, wo sein Anteil zwischen 38% und 42% liegt, in den letzten beiden Phasen 4 und 5 auf 48% beziehungsweise 50% steigt. Dementsprechend nimmt in diesen letzten beiden Phasen der Anteil des Codes ‚Öffentliche Ereignisse‘ ab – von 8% in Phase 1 bis hin zu 3% in Phase 4 und 2% in Phase 5. Da die Demonstration bereits Ende Oktober 2011 stattfand und somit ab Dezember kaum noch thematisiert wird, ist dies nicht überraschend. Auffallend

⁷¹⁵ Zum Zeitpunkt dieser Auswertung waren die Spuren noch sichtbar, mittlerweile ist das im YouTube-Interface geändert worden.

ist hingegen, dass der Codeanteil zur ‚Politik allgemein‘ von 14% in Phase 1 auf 22% in Phase 2 steigt, sich in den Phasen 3 bis 5 aber wieder auf 13 beziehungsweise 14% einpendelt. Die Anteile des Codes ‚YouTube / Internet‘ bleiben meist konstant bei 13 bis 14%, nur in der Phase 3 brechen sie leicht ein auf 9%. Gegenläufig beträgt der Anteil der ‚rechtsextremen Kommentare‘ in den Phasen 1 und 2 jeweils 10% und 7%, in Phase 3 hingegen bis zu 14%. Der Codeanteil ‚Lebenssituation‘ nimmt zwischen den Phasen 1 und 4 kontinuierlich von 6% auf 2% ab, steigt hingegen in der letzten Phase 5 wieder auf 6%. Auch der Codeanteil ‚ungarische Gesellschaft‘ steigt in den Phasen 1 bis 3 von 4% auf 7%, sinkt aber in den letzten beiden Phasen 4 und 5 wieder auf 3 beziehungsweise 4%. Die Kritik an rechtsextremen Kommentaren sinkt von 5% in Phase 1 auf 2% in Phase 2, steigt allerdings in Phase 3 wieder auf 4% und pendelt sich dann in Phase 4 und 5 auf 3% ein. In der folgenden qualitativen Auswertung der Inhaltsanalyse in den Kapiteln 5.3.2 bis 5.3.4 werden die hier genannten Codes anhand von Kommentarbeispielen erläutert und kontextualisiert. Der Codeanteil ‚Sonstige‘ schwankt zwischen 1 und 3% und wird vernachlässigt, da er keinen Erkenntniswert bietet.

Überraschend in der Inhaltsanalyse der Kommentare ist, dass die im Video angekündigte Demonstration am 23. Oktober 2011 nicht öfter erwähnt wird als die Proteste gegen die ungarische Regierung im Herbst 2006.⁷¹⁶ Wie bereits bemerkt, thematisieren nur 2,5% aller Kommentarinhalte die Demonstration und nur circa 2% die Proteste 2006, weitere 2% innerhalb dieses Obercodes ‚öffentliche Ereignisse‘ (der insgesamt nur circa 7% aller Kommentarinhalte ausmacht) thematisieren weitere ‚sonstige Ereignisse‘ aus der ungarischen Geschichte und Politik. Die Kritik und Zustimmung der Nutzer/innen jeweils zur Demonstration 2011 und zu den Protesten 2006 ist ungefähr gleichmäßig verteilt.

5.3.2 Die Kritik an den Protestakteur/innen im Video

Zunächst wird der mit 41% aller Kommentarinhalte am häufigsten vergebene Code ‚Video‘ vorgestellt, in dem die Kommentator/innen

⁷¹⁶ Vgl. u.a. Nutzer/in 15guad in Phase 1. Vgl. zur Demonstration 2006 außerdem: Kathrin Lauer: „Schwere Krawalle in Budapest“. In: *Süddeutsche.de* (23.10.2006), online unter: <http://www.sueddeutsche.de/politik/gedenckfeier-zum-ungarn-aufstand-schwere-krawalle-in-budapest-1.840624> und O.V.: „Proteste in Budapest weitgehend friedlich“. In: *Süddeutsche.de* (21.09.2006), online unter: <http://www.sued-deutsche.de/politik/ungarn-proteste-in-budapest-weitgehend-friedlich-1.846223>.

die Narrative und Motive aus dem Video aufgreifen. Die Verteilung der Subcodes ‚Text, Aussage‘, ‚Darsteller‘, ‚Beurteilung insgesamt‘, und ‚Ästhetik/Musik‘ bleibt über alle Phasen 1 bis 5 hinweg weitgehend konstant. Die beiden größten Codeanteile sind ‚Darsteller‘ mit 15% und ‚Text, Aussage‘ mit 14%, wobei sich der letztgenannte Code weitgehend auf Refrainzitate und die Hervorhebung einiger markanter Stellen aus dem Liedtext beschränkt.⁷¹⁷ Die rein subjektive Beurteilung der Videoästhetik und Musik (3%) sowie generell der Subcode ‚Beurteilung insgesamt‘ (9%) werden im Folgenden nur dann näher erläutert, wenn sie einen Erkenntniswert für die Selbstinszenierung der Protestakteur/innen in den Kommentarinhalten haben, nicht wenn sie nur subjektive Meinungen und die unbegründeten Geschmäcker der Kommentator/innen widerspiegeln. Entscheidend ist im Folgenden somit das Video als politischer Protestakteur gegen die Regierung, wie der folgende Kommentar treffend formuliert:

Leider gefällt mir das System auch nicht. Ihr sollt nicht den Stil begutachten oder wer sich wie gibt, sondern das, was sie sagen. (Nutzer/in Torpordog02, Phase 3)

Ähnlich betont auch die Sängerin des Musikvideos *NTR* in einem Interview mit der Presse, dass das Video an erster Stelle das zivile Engagement verkörpern solle und die Musik als Kunstwerk hier zweitrangig sei.⁷¹⁸

Der Code ‚Darsteller‘ wurde in die Subcodes ‚Darsteller insgesamt‘ (9%) und ‚Sängerin‘ (6%) aufgeteilt, weil sich so viele Kommentator/innen explizit auf die Sängerin beziehen. Während der Anteil der Kommentarinhalte, die sich jeweils auf die ‚Darsteller insgesamt‘ oder die ‚Sängerin‘ beziehen, in Phase 1 fast gleich verteilt ist, ist der Codeanteil ‚Darsteller insgesamt‘ in den Phasen 2, 3 und 5 doppelt so hoch und in Phase 4 sogar viermal so hoch wie der Anteil an Kommentarinhalten, die sich explizit auf die ‚Sängerin‘ beziehen. Die ‚Kritik‘ macht fast den gesamten Anteil am Code ‚Darsteller insgesamt‘ aus,⁷¹⁹ während in Bezug auf die ‚Sängerin‘ die Codes ‚Lob/Zustimmung‘ und ‚Kritik‘ fast gleich verteilt sind. Anhand der mit diesem Code ‚Darsteller‘ versehe-

⁷¹⁷ Von den 14% machen 9% Refrainzitate und 5% die Thematisierung bestimmter Textstellen aus, welche im Folgenden näher beschrieben werden.

⁷¹⁸ Vgl. die Aussage der Sängerin im Videointerview mit einem Blogger des Online-Portals *Gépnarancs*: „Ich trete hier nicht als Popstar auf, sondern als Aktivistin“ im Video *Nem tetszik a rendszer - interjú Karsay Dorottya-val* [Das System gefällt mir nicht – Interview mit Dorottya Karsay], seit 25.10.2011 auf YouTube online unter: <http://youtube.be/47FNmXDDXTg>.

⁷¹⁹ Vom Anteil an 9% aller Kommentarinhalte, die sich explizit auf die Sängerin beziehen, machen 8,6% Kritik an ihr aus.

nen Kommentare kann die Selbstinszenierung der Darsteller/innen als politische Akteur/innen im Video *NTR* reflektiert und die Resonanz der Protestinszenierung in der YouTube-Öffentlichkeit geprüft werden.

Die Kritik innerhalb des Subcodes ‚Darsteller‘ beinhaltet neben allgemeiner Kritik ohne Angabe von Gründen sowie rechtsextremen und antisemitischen Äußerungen auch den Vorwurf, dass die Darsteller/innen nicht glaubwürdig seien und ihre Selbstdarstellung im Video ihrer beabsichtigten Videobotschaft nicht gerecht werde. Diese Kritik äußerten die Kommentator/innen in ähnlicher Weise auch in Bezug auf den Protestakteur Greenpeace auf YouTube in Kapitel 4. Die von der Sängerin verkörperte Figur im Video *NTR* singt an einer Textstelle: „Mein Diplom ist nichts wert“. Wie aus den Kommentaren hervorgeht, ist der ungarischen YouTube-Öffentlichkeit weitgehend bekannt, dass die Sängerin die private, von Georg Soros gegründete Central European University, die „Universität der Reichen“ (Nutzer/in Gotovinafan, Phase 1) besucht hat. Mit dem Hintergrundwissen, dass die Sängerin ein geistes- und sozialwissenschaftliches Studium absolviert hat, beziehen die Nutzer/innen die besungene Wertlosigkeit des Diploms auf ihre Biografie und setzen damit die Protagonistin und Protestakteurin im Video mit der Privatperson gleich:

Woher hat die Sängerin wohl Geld, die Soros-Uni, die CEU, zu besuchen? Sie soll lieber nicht von Armut und wertlosem Diplom sprechen...“(Nutzer/in rockstar 112, Phase 1).

Um genau zu sein: die CEU Universität vergibt sehr gute Stipendien, wahrscheinlich zahlt Fräulein Karsay die 1,5 Millionen Studiengebühren nicht selbst. Die Sorgen dieser Gesichter sind im Übrigen, dass das Tüzraktér [Kulturzentrum in Budapest, I.C.] geschlossen wurde. Und all das verkünden sie vom Déak Tér aus. Sie sollen mal durch eine der heruntergekommenen Kleinstädte in Nord-Ungarn spazieren, dann wird ihr Projekt nicht in jedem zweiten Kommentar kritisiert. (Nutzer/in maharastra24, Phase 1)

Die Selbstinszenierung der Darsteller/innen als politische Protestakteur/innen gegen die Regierung erhebt einen Anspruch auf Authentizität und damit auf Glaubwürdigkeit. Aufgrund des dokumentarischen Charakters der medialen Inszenierung im Musikvideo fordern die kommentierenden YouTube-Nutzer/innen, dass die Darsteller/innen mit den Forderungen, die sie verkörpern (wollen), kongruent sind, wie der letzte Kommentar zeigte. Die fehlende Glaubwürdigkeit der Sängerin wird daran festgemacht, dass sie als „Großstadt-Tussi“ mit „Ipod im Ohr“ (Nutzer/in azbej 79; Nutzer/in wescoboy, Phase 1) nichts von der schwierigen Lebenssituation außerhalb Budapests – zum Beispiel derjenigen in den erwähnten „heruntergekommenen Kleinstädte[n] in Nord-Ungarn“ – wisse. Ihre Systemkritik sei somit nicht authentisch, und die Mehrheit der Ungar/innen könne sich damit nicht identifizieren, wie auch der/die folgende Nutzer/in beklagt:

*Bei uns auf dem Land kannst du in der Sch*ße schwimmen, aber wenn in Budapest jemandem das System nicht gefällt, dann ist das gleich auf YouTube. (Nutzer/in Laszlo920819, Phase 1)*

Die Grenze zwischen Authentizität und Fiktion, also zwischen der Sängerin als Privatperson und als Figur im Video, wird somit von den Kommentator/innen demontiert. Der/die Nutzer/in *punciuspilatus* weist auf diesen Unterschied hin:

@shaolin21: mir ist eine Frage in den Sinn gekommen. Was ist, wenn sie tatsächlich Arbeit hat, das Lied aber nur einfach so singt? (Nutzer/in punciuspilatus, Phase 1)⁷²⁰

Trotz verteidigender Worte mancher Kommentator/innen erfahren die anderen Darsteller/innen des Videos noch schärfere Kritik als die Sängerin, was durch die Sequenzen mit den partizipativ produzierten Mashups intensiviert wird. Die Nutzer/innen kritisieren jedoch nicht nur, dass die Selbstdarstellung und die Videobotschaft nicht die Lebenswelt derjenigen Nutzer/innen widerspiegeln würden, an die sich das Video richtet, sondern auch, dass die Lebensweise der Dar-

⁷²⁰ Manche Kommentator/innen wie zum Beispiel Nutzer/in envagyok12345 in Phase 1 verteidigen explizit die Geisteswissenschaften und machen keinen Unterschied zwischen Videofigur und Sängerin: „@Floee Doe: BWL-er, Ärzte, Architekten, Forscher... arbeiten alle für einen Hungerlohn. Ich weiß zwar nicht, was dein Beruf ist oder ob du in deinem Beruf arbeitest aber es ist Tatsache, dass dein Diplom als Hochschulabsolvent gerade nichts wert ist. Und eigentlich ist es egal, was Du studiert hast. Wenn du was „sinnvolles“ studiert hast und gut davon leben kannst, dann hast du Glück und sei froh. Aber es gibt auch Leute, die auch nach der Technischen Uni keinen Job finden und keine Geisteswissenschaftler sind.“ Ähnlich argumentiert auch Nutzer/in roberto1667 in Phase 1: „Niemand kann etwas dafür, wenn sein Diplom nichts wert ist! Warum musst du sofort den Geisteswissenschaftler angreifen? Warum ist es ein Problem, wenn jemand Ungarisch- und Geschichte-Lehrer werden will oder Arabische Studien machen will, weil das sein Lebensziel ist und er kein Jurist oder BWL-er sein will? Soll er zum Bau? Oder soll er das studieren, was ihn unglücklich macht? Bevor ihr mich kritisiert, ich bin BWL-er.“

steller/innen selbst nicht zu ihren geäußerten Forderungen und Nöten passe: Die Akteur/innen im Video werden als berühmte ungarische Persönlichkeiten ohne finanzielle Sorgen eingestuft:

Ihr seid ja witzig, dass ihr Schauspieler, Journalisten und Promis im Video zu Wort kommen lasst, wen interessieren die denn, die würden ja sogar ihre Seele verkaufen, um im Fernsehen oder in irgendeiner Zeitung zu erscheinen. Ihnen gefällt also das System nicht. Aber Soma [im Video NTR auftretende Sängerin und Moderatorin, I.C.] und manch andere verdienen weitaus mehr als der Durchschnitt. Das gefällt ihnen sehr wohl. Hättet ihr mal durchschnittliche ungarische Bürger gefragt....(Nutzer/in SD2573, Phase 1)⁷²¹

⁷²¹ Ähnlich auch Nutzer/in gombos 84 in Phase 1.

Vor allem Tamás Jonás, der Schriftsteller, der in der letzten Videosequenz auftritt, wird scharf kritisiert, da er in den 2000er Jahren mehrere Preise und Stipendien der ungarischen Regierung erhalten habe.⁷²² Die Glaubwürdigkeit der Protestakteur/innen im Video wird auch in Bezug auf ihre finanzielle und politische Unabhängigkeit angezweifelt:

Vor fünf Jahren hat euch das System etwa gefallen? Und wer zahlt eigentlich die Videos? Die Steuerzahler? (Nutzer/in diszkoskurva, Phase 1)

[...] Wer steht eigentlich hinter dieser großen zivilen Bewegung? Ich glaube nämlich nicht, dass selbstlose Privatpersonen zehn Millionen gespendet haben für die Verstärker, den neu gestarteten Blog und die 1,5 Millionen teure Studiokamera? Das gefällt mir nicht. (Nutzer/in tomcatmwi, Phase 1)⁷²³

⁷²² Vgl. den Kommentar von Nutzer/in Cirtotas in Phase 2: „Hmm, interessant, euch gefällt das System nicht... Mir hat es schon während der MSZP-Regierung nicht gefallen, überhaupt nicht. Wo wart ihr denn zu der Zeit, ihr Lieben? Der Jonás Tamás (ja, genau der mit dem kaputten Gesicht am Ende) hat zum Beispiel die folgenden Preise während der 21jährigen Regierungen eingeheimst: Soros-Preis, Arany-Janos-Preis, Artisjus-Preis, Herder-Preis, Móríc-Zsigmond-Stipendium (2005), Kavics-Preis von Nizza, Zek-Zoltan-Preis, AEGON Kunstpreis (2009). Da hat Dir noch alles gefallen, Tommelein, nicht wahr?“

⁷²³ Ähnliche Inhalte postet auch Nutzer/in Smertyin092 in Phase 4 in seinem Kommentar.

Im letzten Kommentar wird ein weiterer Kritikpunkt der Protestgegner/innen deutlich: Den Darsteller/innen wird vorgeworfen, dass sie den linken Oppositionsparteien in Ungarn nahestünden. Auch dies ist eine Kritik an der fehlenden Glaubwürdigkeit der Darsteller/innen und macht in der Gesamtauswertung über alle Phasen hinweg den höchsten Anteil an der Kritik an den Darsteller/innen aus. Vor

allein die folgende Argumentation der Kritiker/innen taucht vermehrt auf und wurde als ‚in vivo‘-Code ‚warum erst jetzt?‘ in die Inhaltsanalyse der Kommentarinhalte aufgenommen: Die Protestgegner/innen unterstellen den Protestakteur/innen im Video, dass sie ihre regierungskritischen Aussagen nur deswegen „erst jetzt“ verbreiten, weil sie Befürworter/innen der ehemaligen Regierung seien. Andernfalls hätten sie ihre Kritik schon in den Regierungsjahren der Ungarischen Sozialistischen Partei MSZP zwischen 2002 und 2010 geäußert.

Manche Nutzer/innen eignen sich den Videorefrain „Mir gefällt das System nicht“ selbst an und heben die Kommunikationsstrategie der Protestakteur/innen aus den Angeln und wenden diese gegen die Darsteller/innen selbst an.

Ihnen gefällt ihr eigenes System nicht.... Sowas hab ich ja noch nie erlebt :D (Nutzer/in BhThekiller, Phase 4)

Das gefällt mir, dass es Ihnen nicht gefällt, und zwar sehr sehr!!! (Nutzer/in pajszer56, Phase 4)⁷²⁴

⁷²⁴ Ähnlich auch Nutzer/in turcsiktamás in Phase 4.

Die Inszenierungsstrategie der mimetischen Subversion lässt sich hier in schwacher Ausprägung auf der Diskursebene der Kommentare beobachten statt auf der Ebene der Videos selbst, wie es bei Greenpeace' Protestvideos gegen Nestlé der Fall ist. Einige Nutzer/innen lassen in ihren Kommentaren gerade durch bewusste Auslassungen im Unklaren, ob ihnen „das System nicht gefällt“, oder ob ihnen das Video „nicht gefällt“, da sie nur „gefällt mir nicht“ als Wiederholung des Refrains posten.⁷²⁵

Die skizzierte Kritik innerhalb des ‚in vivo‘-Codes ‚Warum erst jetzt?‘ deutet den Bezug zu den Oppositionsparteien von Fidesz nicht nur indirekt an, sondern von den Protestgegner/innen wird dies auch als expliziter Vorwurf geäußert: Sie mutmaßen, dass die Darsteller/innen der MSZP der nicht mehr im Parlament vertretenen Partei SZDSZ (Bund freier Demokraten) oder auch der 2009 gegründeten Partei LMP⁷²⁶ nahestünden und das Video ein „Propagandafilm“ im Sinne von „politischer Wahlwerbung!“ (Nutzer/in cartmen0918, Phase 2)

⁷²⁵ Vgl. u.a. den Kommentar von Nutzer/in mortam 21, der nur „gefällt mir nicht“ postet, oder der Kommentar „es gefällt mir, dass es mir gefällt“ von Nutzer/in taliga88user und „es gefällt mir nicht, dass es [euch] nicht gefällt“ von Nutzer/in bcsao sowie der Kommentar „Das ‚gefällt mir nicht‘, gefällt mir“ von Nutzer/in endyxx (alle in Phase 1).

⁷²⁶ LMP ist die Abkürzung für ‚Lehet más a politika‘ [die Politik kann auch anders sein]. Die Partei setzt sich hauptsächlich für Umweltschutz und Nachhaltigkeit ein. Vgl. die Parteiwebsite online unter: <http://english.lehetmas.hu/>.

sei.⁷²⁷ Diese Kritik an den Protestakteur/innen auf der Diskursebene der Videokommentare erscheint im Nachhinein in einem anderen Licht und kann nicht als vollkommen unbegründet betrachtet werden, wenn man bedenkt, dass sich der Kanaleigentümer Milla ab Ende 2012, also ein Jahr nachdem diese kritischen Kommentare als Vermutungen gepostet wurden, tatsächlich zusammen mit den Oppositionsparteien für den Regierungswechsel bei den Wahlen 2014 vorbereitete. Zum Zeitpunkt, als diese kritischen Kommentare gepostet wurden, hat sich die Initiative allerdings noch als völlig unabhängige Bürgerbewegung in der YouTube-Öffentlichkeit positioniert. Dennoch ist auch eine vollkommen neutrale Positionierung der Protestakte ohne konkrete Handlungsschritte auf Dauer nicht befriedigend, was von der YouTube-Öffentlichkeit ebenfalls kritisiert wird: Die folgenden beiden Nutzer/innen bezweifeln den Sinn und die Effektivität solch einer Online-Protestkampagne auf YouTube und bemängeln, dass die Videoproduzent/innen keinen konstruktiven Lösungsvorschlag für die monierten Zustände anbringen:

Wenn das eine Bewegung ist, dann muss sie sich auch irgendwohin bewegen... den Status Quo der letzten 10 Jahren aufzusagen ist ja schön, aber es führt zu nichts. (Nutzer/lin adamnemeth, Phase 1)

@Kekszolo000: es ist ja schön und gut, dass jeder auf YouTube solche und ähnliche Videos kommentiert aber solange wir nur kommentieren, wird es keine Veränderung geben.... Ein Kommentar bringt auch dann nichts, wenn er 10 Millionen Likes hat... man muss etwas tun... (Nutzer/lin patrik1957, Phase 3).

Hier wird deutlich, dass die Kommentator/innen nicht nur die Videobotschaften und -narrative wiederholen, sondern sie auch kritisch reflektieren und zugleich weiterführende, komplexere Fragestellungen in die Ebene der Kommentare integrieren. Der/die zitierte Nutzer/ in patrik1957 fasst treffend zusammen, wie wichtig die Verflechtung der Diskursräume auf YouTube mit denen außerhalb des Internets ist, um mit den Regierungsprotesten einen Erfolg zu erzielen. Sein Kommentar stammt aus Phase 3, als das Video bereits mehrere Wochen

⁷²⁷ Vgl. die Kommentare der Nutzer/innen kmolnarbandi, retmen08, heckmanngabor, KeCS1, alle in Phase 1 sowie die Kommentare kavalka1 in Phase 4 und TheKissadam95 in Phase 5.

auf YouTube abrufbar war und sich herauskristallisierte, dass die Protestinitiative über reines *slacktivism* mit zahlreichen vermeintlich wirkungslosen Klicks hinausgelangen müsse.

5.3.3 Die Kommentator/innen als Protestakteur/innen: Weiterführende Diskurse

5.3.3.1 Die Themen Politik und die Lebenssituation in Ungarn

Die in Kapitel 5.3.2 zusammengefasste Kritik an den Darsteller/innen im Video *NTR* ist oft mit der Kritik an der ‚Politik allgemein (Ungarn und Ausland)‘ verknüpft. Dieser Code macht 14% aller Kommentarinhalte aus. Fast alle dieser Kommentare beziehen sich auf die ungarische Politik und nur weniger als 1% auf das Ausland. Der Subcode ‚Kritik an der ungarischen Politik‘ macht 11% dieser 14% aus. Die verbleibenden 3% verteilen sich je gleichmäßig auf die weiteren Subcodes ‚Politik in Ungarn allgemein‘, ‚Pressefreiheit/Meinungsfreiheit in Ungarn‘ und ‚Zustimmung zu Fidesz oder MSZP‘ (siehe die Verteilung der Subcodes in Anhang B), Abbildung B4).

Der Subcode ‚Kritik an der ungarischen Politik‘ teilt sich wiederum auf in die Subcodes ‚Kritik allgemein‘, ‚Kritik an allen Parteien/am politischen System insgesamt‘, ‚Kritik an Fidesz‘ und ‚Kritik an MSZP‘. Die Kritik an der Regierungspartei Fidesz macht mit jeweils circa 4 bis 5% in jeder einzelnen Phase einen doppelt so hohen Anteil an allen Kommentarinhalten aus wie die Kritik an der Oppositionspartei MSZP (jeweils circa 2%). Die einzige Ausnahme bei diesen Prozentangaben bildet Phase 2. Der Subcode-Anteil ‚Kritik‘ (an der Politik in Ungarn) steigt hier von circa 10 bis 11% jeweils in den Phasen 1, 3, 4 und 5 auf 17%. Außerdem fällt auf, dass in den Phasen 1 bis 3 gar keine Kommentarinhalte zum Subcode ‚Politik international‘ gepostet wurden, während in den Phasen 4 und 5 dieser Codeanteil auf immerhin jeweils circa 2% steigt, was mit der Zunahme fremdsprachiger Kommentare und internationaler Berichterstattung zu den Protesten ab Phase 4 im Dezember 2011 und Januar 2012 zusammenhängt.⁷²⁸

⁷²⁸ Vgl. dazu ausführlich Kapitel 5.4: „Die Presse als internationaler Protestakteur: die Videorezeption außerhalb der ungarischen Öffentlichkeit.“

Im Rahmen der Kritik an der linken MSZP wird sehr oft eine Aussage des ehemaligen Ministerpräsidenten Ferenc Gyurcsány von 2006 zitiert. In einem Gespräch mit Arbeitgebervertretern sagte er: „Wem das Land nicht gefällt, der kann gerne gehen.“⁷²⁹ Dieses Zitat wurde in der ungarischen Presse sehr häufig diskutiert. Innerhalb der Kommentare verwenden es die Nutzer/innen als Antwort auf den Videorefrain „Mir gefällt das System nicht“. Sie nutzen so die Verbindung der spöttischen Kritik am Video mit der Kritik, dass das Video ein Imagefilm der MSZP sei und die Darsteller/innen dafür instrumentalisiert würden.

⁷²⁹ Vgl. einen Ausschnitt aus der Aufzeichnung von Gyurcsány's Rede im regierungsnahen ungarischen Fernsehsender Hír TV im Video *El lehet menni Magyarországról* [Man kann Ungarn verlassen] von Nutzer/in kuszineta, seit 16.06.2006 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/-tEXu8roJEQ>.

Wenn es Dir nicht gefällt, nicht gefällt, kannst du gehen! :D ,Man kann Ungarn verlassen! Ihr könnt uns hier lassen, bitte schön! ' /Gy.F. 2006 / ;) Ihr seid fünf Jahre zu spät, ihr Tapferen!: D“ (Nutzer/in Conclooser, Phase 1)

In diesem Kommentar wird deutlich, dass die Nutzer/innen nicht nur die im Video von Milla inszenierten Motive und Anspielungen aufgreifen, sondern mit Zitaten, die der ungarischen Öffentlichkeit bekannt sind, neue Kontexte in den Diskurs auf YouTube einbringen. Dies zeigt auch die folgende Kritik an Fidesz, die mit dem Argument des Auswanderns angebracht wird:

„Es gefällt mir nicht, dass meine Freunde, Verwandte bald dissidieren!‘ Leider trifft diese Textstelle auf mich zu, ich werde auch gehen, mein Bruder ist schon weg!!! Seitdem Orbán regiert, ist alles zum Kotzen geworden! Ich hasse diesen Müllhaufen. Alles zahlen die Armen und die Mittelschicht!! Seine Tochter und sein Sohn studieren in den USA, weil Vatilein 560.000 mehr verdient! Und der dumme Ungar applaudiert! Ich hätte nie gedacht, dass ich das sagen werde, aber lieber noch mal Bajnai [ehemaliger Ministerpräsident, I.C.], als der! (Nutzer/in MrAsdfvf, Phase 1)

Der folgende Kommentar spielt auf ein Ereignis im öffentlich-rechtlichen Fernsehen am 24. Oktober 2011 an, einen Tag nach der

Demonstration, und verschaltet so die YouTube-Öffentlichkeit direkt mit der Netzwerköffentlichkeit inner- und außerhalb des Internets:

Szijártó [der damalige Regierungssprecher von Fidesz, I.C.] sagte gestern im Fernsehen ‚ihnen gefalle das System auch nicht, daher ändern sie es ja!‘ Da dachte ich, ich hau den Fernseher weg! Wir sind nicht auf einer Wellenlänge, wem das hier gefällt, bzw. glaubt, dieses macht-hungrige Orban-Regime tue ihm gut, soll ihm gerne lächelnd Beifall klatschen und pfeifend ‚Mir gefällt das System‘ rufen! Diese lausige aktuelle Regierung erklärt nie etwas mit Argumenten, sondern bellt nur mit Schaum vorm Mund! Aber jetzt zeigen sie es uns! (Nutzer/in Fleshbit, Phase 1)⁷³⁰

⁷³⁰ Vgl. ähnlich auch Nutzer/in zozo730, Phase 3: „Péter Szijártó hat heute verkündet, dass die mehreren 10.000 Bürger auf der Demonstration gegen die Regierung genau das gleiche denken und wollen wie die Fidesz-Regierung, das System gefällt uns ja beiden nicht. Das denken wir nicht unbedingt. Für 2 Millionen Gehalt pro Monat würde mir das System auch gefallen“.

⁷³¹ O.V.: „Szijártó: Nekünk sem tetszik a rendszer“ [Szijártó: Uns gefällt das System auch nicht]. In: *index.hu* (24.10.2011), online unter: http://index.hu/belfold/2011/10/24/szjarto_nekunk_sem_tetszik_a_rendszer/.

⁷³² Ádám Tompos: „Tölünk értesült az MSZP közeledéséről a Milla“ [Die Milla wurde durch uns über die Annäherung der MSZP informiert]. In: *mno.hu* (15.11.2011), online unter: <http://mno.hu/belfold/tolunk-ertesult-az-mszp-kozeledesrol-a-milla-1031865>.

In seiner Stellungnahme im öffentlich-rechtlichen Fernsehen einen Tag nach der Demonstration vereinnahmt der Regierungssprecher Szijártó das Motto der Demonstration und den Refrain „Das System gefällt mir nicht“ für sich und weist mit dieser Kommunikationsstrategie jegliche im Video geäußerte Kritik an der Regierung von sich, indem er dem Refrain zustimmt, da „ihm das System auch nicht gefalle“⁷³¹. So versucht er die Protestakteur/innen im Video und auf der Demonstration mit den eigenen Waffen zu schlagen. Durch den Kommentar von Nutzer/in Fleshbit gelangt das Zitat des Regierungssprechers in die Diskursebene der Kommentare auf YouTube. Der Regierungssprecher wird als Mittel zur Verteidigung des Videos *NTR* zur Schau gestellt und seine im Fernsehen angewandte rhetorische Kommunikationsstrategie demontiert. Wie die regierungsnahe Tageszeitung *Magyar Nemzet* im November 2011 berichtete, wandte der Vorsitzende der linken Oppositionspartei MSZP Attila Mesterházy dieselbe Strategie an, um Milla und die protestierende Menschenmasse für sich zu gewinnen: „Die MSZP wendet sich an diejenigen, denen das System nicht gefällt.“⁷³²

Viele Nutzer/innen kritisieren die politische Situation in Ungarn unabhängig von einzelnen Parteien und wollen sich nicht vereinnahmen lassen.

*Ich bin weder Mszp-, noch Szdsz, noch Lmp-Anhänger, das System gefällt mir nur nicht!!!!!! (Nutzer/in NPoetic, Phase 1)*⁷³³

⁷³³ Vgl. auch die Kommentare der Nutzer/innen Sleepy93HUN, MrKakas33, oliver5876, altersrac (alle Phase 1); kevinke1996Hun, floki113 (beide Phase 5) und bence 9200 (Phase 4), die nur den Text „Das System gefällt mir nicht“ enthalten.

Der folgende Kommentar kann als repräsentativ für den Zwiespalt vieler ungarischer Bürger/innen gedeutet werden und macht ihre Politikverdrossenheit deutlich. Der Name der Bürgerbewegung Milla steht zwar in erster Linie für eine Kritik an der Einschränkung der Pressefreiheit. Laut vielen Kommentator/innen ist dieser Aspekt der Regierungsproteste jedoch nur ein Anlass und Ausgangspunkt für viel weiter reichende Unmutsbekundungen gegen die Politik von Fidesz:

... weil es hier keine Arbeit, kein Überleben gibt. Ich würde mich ja auch freuen, wenn die vielen talentierten Fachkräfte in Ungarn bleiben würden, aber soll ich von denen auch erwarten, dass sie leiden?! Ich würde gerne zuhause bleiben! Der Schwerpunkt liegt nicht auf der Pressefreiheit, sondern auf den Menschen! Sie treten unsere Rechte im Alltag mit den Füßen, nicht nur Orbán und seine Partei, sondern auch Gyurcsány hat das gemacht! Ich bin unabhängig, weil keiner im Parlament die Interessen des Volkes beachtet. Jobbik? Also bitte... Die schüren doch nur Hass. (Fortsetzung folgt) (Nutzer/in littlebug86, Phase 1)

Mit dieser Kritik an der gesamten ungarischen Politik geht die Thematisierung der eigenen ‚Lebenssituation‘ einher, mit der viele Kommentator/innen ihre Affirmation zu den Narrativen im Protestvideo NTR verknüpfen:

Mir gefällt das System nicht, weil ich ‚schlechter lebe als vor vier Jahren.‘ Mir gefällt das System nicht, weil die Regierung uns Bürgerrechte wegnimmt. Mir gefällt das System nicht, weil ich in keinem Land leben möchte, in dem Leute im Ausland darüber abstimmen, in was für einer Scheiße ich lebe. Mir gefällt das System nicht, weil die Gewaltenteilung erloschen ist. Mir gefällt das System nicht, weil es engstirnige, neidische Menschen groß gezogen hat, die Leute mit Worten abstempeln, die sie selber nicht mal kennen. (Nutzer/in poloskei-tom, Phase 1)

Wem das System gefällt, der soll bitte hier aufschreiben, was er „arbeitet“ und wovon er lebt. (Nutzer/in 8527bk, Phase 1)

Die Subcodes innerhalb dieses Codes ‚Lebenssituation‘ spiegeln einzelne Lebensbereiche wider, die zu jeweils gleichen Anteilen thematisiert werden: Lebenssituation ‚in Ungarn: allgemein‘, ‚Lebenssituation in Ungarn: Bildung/Studium‘, ‚Lebenssituation in Ungarn: Kritik allgemein‘, ‚Lebenssituation in Ungarn: Kritik an Arbeitsbedingungen/am Gehalt‘ sowie das Thema ‚Auswandern/Ausland‘. An diesem Code wird deutlich, dass YouTube als Plattform für viele Ungar/innen dazu dient, ihre persönliche Lebenssituation und ihre (Arbeits-)Erfahrungen der Öffentlichkeit mitzuteilen. Sehr persönliche Schilderungen, wie zum Beispiel die folgende, geben einen Einblick in den realen Alltag und die Existenzängste der Kommentator/innen.

Hört doch endlich auf mit den Anfeindungen gegen Linksliberale. Ich habe nie die liberale SZDSZ gewählt, habe auch keinen Studienabschluss, dafür aber drei Ausbildungen und eine Sprachprüfung. Ich arbeite Tag und Nacht für 95.000 Forint [=circa 310 Euro, Datum des Wechselkurses für alle folgenden Angaben: 01.12.2014, I.C.]. Der Kredit für meine Wohnung ist auf 65.000 [=circa 212 Euro] hochgegangen (ich muss ja irgendwo wohnen), der Kredit für mein Auto (ok das war Blödsinn, sehe ich ein) von 22.000 auf 39.000 [von circa 72 auf circa 127 Euro]. Ich komme aus keinem der beiden raus. Und schon ist mein Lohn draufgegangen und Lebenshaltungskosten sind noch gar nicht einberechnet. An meinen freien Tagen unterrichte ich, damit ich wenigstens heizen kann. Es ist ein elendes System und fertig. (Nutzer/in sparhelt1, Phase 2)

Der/die folgende Nutzer/in kritisiert das von der Regierung im Jahr 2012 eingeführte Hochschulgesetz:

Mir gefällt es nicht, dass sie dich Studiengebühren zahlen lassen, wenn du kein Einserschüler bist. Noch unverschämter ist, dass wenn Du am Anfang gut bist und sogar ein Stipendium bekommst, dann aber

*eventuell etwas passiert (Krankheit oder familiäre Probleme), was dein Studium negativ beeinflusst, wirst Du auf das Studium mit Studiengebühren umdisponiert und musst nicht nur die Studiengebühren, sondern auch das Stipendium zurückzahlen (also das, was du für deine harte Arbeit erhalten hast) (Fortsetzung folgt) (Nutzer/in Drag00nHUNter, Phase 1)*⁷³⁴

Andere Nutzer/innen klagen über die niedrigen Gehälter und schwierigen Arbeitsbedingungen:

@zrinyy: [...] Ich als Roma habe Angst vor der Zukunft. Und ich habe Angst davor, ob ich meine Familie ernähren kann. Und mir gefällt das System nicht. Mir gefällt es nicht, dass Viktor Orbán mir ins Gesicht lügt. Und es gefällt mir nicht, dass alles, was sie einführen, nur den gut Situierten nutzt und die Armen draufzahlen. (Nutzer/in Kalkamuki, Phase 1)

Ich freue mich ja, wenn jemand von zwei Gehältern leben kann. Hier, wo ich wohne, liegt das Durchschnittsgehalt bei 52.000 Forint [circa 170 Euro] Versuch mal von dem Geld zu leben... und dazu noch Kinder großzuziehen. [...] Das ist die ungarische Realität. (Nutzer/in xanomer, Phase 1)

Im Kontext dieser Kritik an ungarischen Arbeitsbedingungen wird zudem der Vergleich mit dem Ausland und den dortigen, besseren Bedingungen herangezogen. Die Nutzer/innen versuchen mit einer dialogorientierten Diskussion, die YouTube-Öffentlichkeit davon zu überzeugen, selbst etwas an ihrer Situation zu ändern:

Beeindruckend. Mir gefällt das System auch nicht. Ich habe sehr geschmunzelt, als ich im Fernsehen gesehen habe, dass die ‚Zweidrittelmehrheit‘ das Opernhaus [in Budapest, I.C.] nur am Seiteneingang verlässt. [...] Heute morgen hat einer meiner Kollegen gekündigt. Er geht nach Deutschland auf den Bau. 1200 Euro pro Monat. Für die Deutschen mies. Für mich/für ihn mehr als vier oder fünf Monatsgehälter. Ja,

⁷³⁴ Vgl. ähnlich auch Nutzer/in Levegy in Phase 5: „Ich als Elftjähriger mache mir Sorgen, dass ich nicht auf die Uni gehen kann (was ich nämlich möchte), weil schon jetzt die Unterstützung durch den Staat erlischt, und wenn ich zum Beispiel Arzt werden will, muss ich jedes halbe Jahr 100.000 Forint bezahlen und für fünf Jahre sind das dann 1.000.000 Forint, wie soll ich das bezahlen?? Sagt mir das mal! Also mir gefällt das System nicht!!!“.

⁷³⁵ Vgl. ähnlich auch der Kommentar von Nutzer/in gore-666freemailhu in Phase 2.

liebe Zweidrittelmehrheit, ein großer Teil der Bevölkerung lebt leider so. Mir gefällt das System also auch nicht. (Nutzer/in Daarkena, Phase 4)⁷³⁵

Wenn es dir nicht gefällt, worauf wartest Du noch? Mir hat es nicht gefallen und jetzt lebe ich in London und hier gefällt es mir! Man muss gehen. Wir haben nur ein Leben, das sehr schnell vergeht und es ist nicht egal, wie du es lebst. Ich bin als Rentnerin gekommen, ohne Sprachkenntnisse, und der Staat hat meine Rente automatisch auf die hiesige Mindestrente angeglichen, wovon ich gelassen leben kann. Das wissen viele gar nicht! Es gibt so viele Möglichkeiten, nicht so wie zuhause! (Nutzer/in pirinagyi, Phase 5)⁷³⁶

⁷³⁶ Vgl. ähnlich auch Nutzer/in maacka76 in Phase 2.

@MarinovMiklos: Warst du schon mal im Ausland und hast dir das dortige System angeschaut? Zum Beispiel in Dänemark oder England. Zahlreiche Freunde von mir leben dort und das System ist viel besser. Mein Freund hat auch in Dänemark gearbeitet und du kannst es mit dem, was hier ist, gar nicht vergleichen. Die Leute haben Arbeit, Geld und nicht so hohe Schulden. Ich lebe seit 30 Jahren hier in Ungarn und dachte, überall ist es so schlimm. Es hat mich wie eine kalte Dusche erwischt, dass das nicht unbedingt so sein muss. Das ist krass. Aber das glaubt keiner, der die Erfahrung nicht selbst gemacht hat. (Nutzer/in ladywalton1, Phase 1)⁷³⁷

⁷³⁷ Vgl. ähnlich auch Nutzer/in Ishtelte in Phase 5. „Ich bin zwar stolz darauf, Ungarn zu sein! Aber du hast keine Ahnung, was ich für Ohrfeigen von Leuten bekommen habe, dass wir Ungarn im Bereich Infrastruktur und in Wirtschaftsbereichen hinterherhinken. Wir sind die Schande Europas, das entnehme ich den Worten all meiner deutschen Bekannten. Ich schäme mich hier sehr. Du hast leicht reden mit deinen Freuden zuhause, aber... komm jetzt mal allein hierher und schau dir den wahren normalen Lebensstandard an und verglich ihn mit zuhause“.

Der/die folgende Nutzer/in ist allerdings anderer Meinung als diese Kommentator/innen, die das Leben außerhalb von Ungarn anpreisen, und möchte nicht „im Ausland spülen“:

@maacka76: [...] Ich verdiene mit meinem Abschluss ganz gut, damit es das nicht wert ist, für das gleiche Geld im Ausland spülen zu gehen. Natürlich kommt mir in den Sinn, was ich im Ausland verdienen könnte. Das will ich aber nicht riskieren, da ich etwas zu verlieren habe. Es tut aber weh, dass langsam alle um mich herum gehen. (Nutzer/in sajtozpufi, Phase 2)

Aus diesen sehr unterschiedlichen Schilderungen der eigenen ‚Lebenssituation‘ geht hervor, dass die hier kommentierende YouTube-Öffentlichkeit in Bezug auf Alter und Herkunft sehr heterogen ist – es kommentieren Jugendliche, Berufstätige im Ausland und Rentner/innen. Zudem sind Angehörige ethnischer Minderheiten vertreten, deren Positionen zum Beispiel die zunehmende Diskriminierung der Roma in Ungarn verdeutlichen. Außerdem wird ersichtlich, dass hier die Partizipation an der YouTube-Öffentlichkeit für viele Menschen, die außerhalb von Budapest wohnen, eine Möglichkeit ist, an aktuellen Debatten in einem regionenübergreifenden Kommunikationsforum teilzunehmen, welches eine thematische, soziale und regionale Vielfalt an Meinungen und einen Wissensaustausch der Beteiligten bietet. An den beiden in diesem Kapitel detailliert vorgestellten Themencodes ‚Politik‘ und ‚Lebenssituation‘, die im Rahmen der Inhaltsanalyse der Kommentare identifiziert wurden, wird demnach deutlich, dass das tatsächliche Ausmaß der digitalen Spaltung in Bezug auf YouTube nicht pauschal nach Alter oder Region beurteilt werden kann, sondern je nach Land und Video sehr stark variiert.⁷³⁸

⁷³⁸ Vgl. zur Theorie der digitalen Spaltung Kapitel 3.2.1.

Neben der dargestellten, sehr häufig codierten Kritik an der ungarischen Regierung verteidigen auch einige wenige Kommentator/innen Fidesz und pflichten Orbáns politischer Strategie bei:

@Chukyka: Ich würde gerne wissen, ob das schlimmer ist, als die Sozialisten es waren... Euer Problem ist, dass es jetzt Einsparmaßnahmen gibt! In zwei bis drei Jahren können wir dann sagen, ja jetzt ist es besser! Ich vertraue darauf! (Nutzer/in LittleNojci, Phase 1)

Solche Kommentare werden von anderen Nutzer/innen umgehend kritisch reflektiert und kritisiert. Die Kritik an anderen Kommentarinhalten beinhaltet im Sinne eines *pars pro toto* häufig eine Momentaufnahme der Strukturen und Denkmuster der ungarischen Gesellschaft.

5.3.3.2 Die Kritik an anderen Kommentator/innen als Kritik an der ungarischen Gesellschaft

Im Rahmen der Kritik an anderen Kommentarinhalten, zu der auch die Kritik an rechtsextremen Kommentaren gehört, welche 5% aller Kommentarinhalte ausmacht, nehmen die folgenden Kommentator/innen eine Vermittlerrolle zwischen den Protestakteur/innen im Video und den Protestegner/innen ein:

Wenn manche solch ein ‚sinnloses‘ Studium wie Dorottya absolviert hätten, würden sie hier wahrscheinlich klügere Kommentare schreiben (Nutzer/in Zsiraf86, Phase 1)

Die Verteidigung des Videos geht nicht nur mit solch einer Reflexion und Kritik anderer Kommentarinhalte einher, sondern wird in eine Kritik an der ungarischen Gesellschaft eingebettet:

Während ich die Kommentare so lese, denke ich, dass es beschämend ist, Ungar zu sein, weil hier jeder nur Hassreden schwingt und die Leute spaltet! :([...] In Bezug auf die politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Situation, die in Ungarn entstanden ist, sollte es schon längst nicht mehr zählen, wer warum und welcher Partei wegen so geworden ist, wie er ist. (Fortsetzung folgt) (Nutzer/in Littlebug86, Phase 1)⁷³⁹

⁷³⁹ Ähnlich auch Nutzer/innen Ferzsig in Phase 1 und elykeh96 in Phase 4.

⁷⁴⁰ Vgl. ähnlich auch Nutzer/in myleththemdown, Phase 1: „Ich verstehe nicht, warum man den Clip kritisieren und Schlaumeier spielen muss: ‚was da wohl für eine politische Aktion im Hintergrund abläuft‘... Seid doch lieber froh, dass endlich auf diese Weise eine Demonstration zustande gekommen ist. Ihr müsst doch nur entscheiden, ob ihr vor Ort sein werdet oder nicht. Und es stimmt nicht, dass es sinnlos ist, die Menge zieht die Aufmerksamkeit an und auch wenn es der Regierung egal ist, wirft das ein schlechtes Licht auf unser Land, ich glaube nicht, dass es ihm das wert ist. Klagen hilft nichts, man muss handeln und hier ist die Gelegenheit. Aber sagt Bescheid, wenn ihr eine bessere Idee habt...“.

Viele Nutzer/innen beklagen in Zusammenhang mit der Kritik an der ungarischen Gesellschaft auch die voreiligen politischen Etikettierungen und Zuordnungen, die die Kritiker/innen des Videos posten:

Mein Gott, verdammt, warum zum Teufel muss man immer alles auf eine politische Seite ziehen, an Parteien festmachen? Ich habe jetzt wirklich genug davon, verdammt noch mal. Merkt ihr denn nicht, dass das Spiel so läuft, dass die uns spalten wollen?? Ich habe es mir zehnmal angehört und erst dann die Kommentare gelesen und bis dahin wäre mir im Traum nicht eingefallen, zu rätseln, ob das nun von den Rechten oder den Linken ist. Warum muss man ständig alles auf Politik beziehen? Man sieht, dass ihr euer Leben nicht selbst in die Hand nehmt...“ (Nutzer/in fuckingusername10, Phase 1)⁷⁴⁰

Mit solch einer offenen Kritik an anderen Nutzer/innen und an der ungarischen Gesellschaft ist oft auch ein Appell an deren eigenes ziviles Engagement verknüpft:

Ich wäre mal gespannt darauf, zu erfahren, was denn diejenigen, die hier das Video schlecht machen, genau gegen das aktuelle System tun. Sie sollen es bitte schön hinschreiben, welchen Beitrag sie dazu leisten, dass sich hier auch nur irgendetwas ändert. So ein Video zu machen, ist wenigstens etwas. Egal ob professionell oder nicht, es zeigt, dass sie nicht einverstanden sind, und das ist ein intelligenter Gedanke. Die meisten trauen sich nicht mal das oder sind dazu gar nicht fähig. Nicht mal zu weniger als dem hier. (Nutzer/lin Ladywalton1, Phase 1)

Dieses Narrativ des fehlenden Engagements der Gesellschaft wird den Protestakteur/innen im Video entgegengesetzt:

Ich kann es gar nicht fassen, wie jemand so engstirnig sein kann und die Bedeutung dieser Initiative nicht sieht. Es ist erschütternd, dass Leute ohne Bildung solch eine intelligente Initiative zum Wandel in Ungarn niederschmettern wollen. (Nutzer/lin Hortenziabigel, Phase 1)

Ich finde, das ist ein schönes Video geworden! Irgendwo muss man ja anfangen...Die Geschichte hat uns schon oft gezeigt, dass nur die Jugend radikale Veränderungen initiieren kann. Aber solange bei uns so viele Leute für 60.000 bis 70.000 Forint [circa 200-230 Euro] arbeiten und trotzdem keiner auf die Straße geht, weil er auch um dieses Gehalt bangt, solange können wir nichts Gutes hoffen. Wo anders kippen sie für sowas schon längst die Regierung. Und hier bei uns beschimpfen sie sich gegenseitig und sehen das Entscheidende nicht: das Ziel! Die Leute zu spalten! (Nutzer/lin kispusi1, Phase 1)

Solch eine Kritik an anderen Nutzer/innen wird oft auch mit der Kritik an der unzureichenden Informationsfunktion der Massenmedien genannt, um zu zeigen, dass YouTube als notwendiger zusätzlicher Kommunikationskanal für die Mobilisierung zum Protest inner- und außerhalb des Internets agiert:

Wenn dieser Clip nicht jetzt, sondern vor drei Jahren entstanden wäre, würde ich jetzt andere Kommentare lesen. Es ist interessant, wie viele den Clip kritisieren, obwohl er mehr Niveau hat als das ganze Zeug, das ich im Fernsehen sehe. (Nutzer/in JerrycoCrane, Phase 2)

[...] Zum Glück habe ich meinen Fernseher vor acht Jahren verkauft, aus dem Radio kommt nur Musik und lokale Zeitungen schmeiße ich gleich weg, weil mich die Medien und die Politik nicht interessieren. [...] (Nutzer/in szabolillavatera, Phase 5)

Diese beiden Kommentare kritisieren insbesondere das ungarische regierungsnahe öffentlich-rechtliche Fernsehen. Selbst über die große Demonstration am 23. Oktober 2011 wurde nicht berichtet. Die Kameras wurden so aufgestellt, dass die tatsächliche Menschenmenge vor Ort kaum zu sehen war. Der/die folgende Nutzer/in macht darauf aufmerksam, dass im Online-Portal *utv.hu*, das Kameraaufnahmen zu Verkehrszwecken aus dem öffentlichen Raum in Budapest zeigt, am 23. Oktober nicht die Live-Bilder der Demonstration gesendet wurden:

Die Kamera, die die Straße der Pressefreiheit [hier fand die Demonstration am 23.10.2011 in Budapest statt, I.C.] im Verkehrsportal utv.hu zeigt, sendet nicht das Live-Bild. Um 16:46 Uhr sind die vorbeifahrenden öffentlichen Verkehrsmittel im augenscheinlichen Live-Bild in abendlicher Dunkelheit zu sehen. Ich weiß jetzt nicht, ob ich darüber weinen oder lachen soll. (Nutzer/in finlandia 68, Phase 1)

Im Kommentarbereich auf YouTube hingegen wurde live von der Demonstration berichtet. Die YouTube-Öffentlichkeit kritisierte den Versuch, die mediale Verbreitung dieser Demonstrationen durch staatliche Einrichtungen zu unterbinden, und zugleich auch den Staat als Institution, die als alleiniger Akteur die ungarische Öffentlichkeit für sich vereinnahmen will. Diese Lenkung der Kameras wurde auch während der im Januar 2012 organisierten Regierungsproteste an der Staatsoper in Budapest beobachtet, wie aus einem Bericht von *Deutschlandradio Kultur* hervorgeht:

Das Fernsehen berichtete ausführlich über den so genannten ‚Friedensmarsch‘ der Regierungsanhänger – ganz im Unterschied zum 2. Januar, als die Orbán-Gegner vor der Oper demonstrierten. Da zeigten die Abendnachrichten nur leere Straßen. Eine ‚technische Panne‘, wie es hinterher hieß.⁷⁴¹

Die YouTube-Öffentlichkeit agiert somit als Korrektiv der fehlenden staatlichen Berichterstattung über Regierungsproteste und ist im Fall des Protestvideos *NTR* und der initiierten Diskurse auf der Ebene der Kommentare Botschafter der Demonstration am 23. Oktober 2011 und auch verschiedener folgender Demonstrationen auf Budapests Straßen. Die Anzahl der Likes und Dislikes für das Video *NTR* wird dabei auch als Indikator für die Öffentlichkeit außerhalb des Internets interpretiert:

Ob diejenigen, die das Video nicht liken, etwa nicht in einem freieren, besseren Land leben wollen? (Nutzer/in ‚immortalisblog‘, Phase 1)

Des Weiteren werden die Kritiker/innen des Videos und die Nutzerprofile der Protestgegner/innen verdächtigt, von Fidesz beauftragte „Trolls“ zu sein, die nur auf provokative Beschimpfungen anstatt auf konstruktiven Dialog im Kommentarbereich abzielen:

Also hier sind 15 Accounts reiner Trolls. Ihr organisiert euch aber dämlich.... Naja wenigstens treibt es die Statistik [des Videos, I.C.] hoch... Wenn sich die Leute aber wegen euch schon schämen, zeigt das, dass ihr auf dem falschen Weg seid, ihr lieben 15. (Nutzer/in slowdownshopify‘, Phase 1)

Wer bekommt denn wie viel Geld für seine Kommentare von der Fidesz-Presseabteilung? [...] (Nutzer/in ANTIFIDESZ00 Phase 1)

Wie ich sehe, ist der Link [zum Video, I.C.] in irgendeinem Fidesz-Forum gepostet worden, weil die ach so schlauen Kommentare verstärkt kommen. =D. (Nutzer/in ‚kiflincs‘, Phase 4)

Der/die letztgenannte Kommentator/in vermutet, dass die Regierung versucht, den Diskurs über die Regierungsproteste nicht nur in der

⁷⁴¹ Jörg Paas: „Wir haben genug“. Protest gegen Ungarns Regierung“. In: *Deutschlandradiokultur.de* (31.01.2012), online unter: http://www.deutschlandradiokultur.de/wir-haben-genug.979.de.html?dram:article_id=153003.

⁷⁴² Vgl. den Eintrag von Nutzer/in robin masters im *mandiner blog* vom 20.10.2011: robin masters: „Kedves Dorottya“. In: *mandinerblog.hu* (20.10.2011), online unter: http://mandiner.blog.hu/2011/10/20/kedves_dorottya.

⁷⁴³ Vgl. O.V.: „Troll a KIM-ből: Navracsics embere álineven biztatta közöszlése a tüntetés szervezőjét“ [Troll aus dem KIM (Abkürzung des Ministeriums für öffentliche Verwaltung und Justiz, I.C.): Ein Mitarbeiter von Navracsics schlägt der Organisatorin der Demonstration unter einem nickname Geschlechtsverkehr vor]. In: *hvg.hu* (21.10.2011), online unter: http://hvg.hu/itthor/20111021_boszorne_nyi_robinmasters_mandiner.

⁷⁴⁴ Vgl. den Blogbeitrag vom 21.10.2011: O.V.: „Jelentsd Navracsicsnak a miniszteriumi trollt“ [Berichte Navracsics über den Troll des Ministeriums]. In: *nemtetszikarendszer.blog.hu* (21.10.2011), online unter: http://nemtetszikarendszer.blog.hu/2011/10/21/jelentsd_navracsicsnak_a_miniszteriumi_trollt?token=f5a0ba008a7943b919e3a15658d0177e.

⁷⁴⁵ Vgl. den Blogbeitrag vom 28.10.2011: O.V.: „Hazitrollra nem lö a kim inkabb letagadja“ [Das Ministerium streitet die Trolltätigkeit ab]. In: *nemtetszikarendszer.blog.hu* (28.10.2011), online unter: http://nemtetszikarendszer.blog.hu/2011/10/28/hazitrollra_nem_lo_a_kim_inkabb_letagadja?token=ee3dba1dfa46774f0eb9304ce64fc5d0.

⁷⁴⁶ Vgl. den Kommentar von Nutzer/in kovaxbelameerkat in Phase 1.

journalistischen Berichterstattung der Fernsehsendungen und Tageszeitungen zu steuern, sondern auch im Rahmen der Online-Öffentlichkeit und insbesondere auf der Diskursebene der Kommentare zum Video *NTR*. Ob tatsächlich staatlich gelenkte Kommentare gestreut wurden, kann jedoch nicht vollständig nachgewiesen werden, da die Verwendung von anonymen *nicknames* üblich ist. Ein Troll im Kommentarbereich, der tatsächlich zur Regierung gehörte, wurde allerdings in ungarischen Online-Medien entlarvt: Im Fidesz-nahen Blog *mandiner blog* postete der/die Nutzer/in robin masters am 20. Oktober 2011 drei Tage vor der Demonstration mit der Anrede „liebe Dorottya“ eine sexistische Kritik direkt an der Sängerin des Videos *NTR* und bettete neben seinem Beitrag das Video ein.⁷⁴² Die Identität des Bloggers robin masters wurde einen Tag später durch die Wochenzeitung *HVG* enthüllt und das Nutzerprofil auf den 27-jährigen stellvertretenden Leiter der Abteilung für strategische Kommunikation und Marketing im Ministerium für öffentliche Verwaltung und Justiz zurückgeführt.⁷⁴³ Auch Milla reagierte auf die Enthüllung des Bloggers, indem die Online-Öffentlichkeit im eigenen Blog dazu aufgerufen wurde, einen Brief an das Ministerium zu schreiben, mit der Frage, ob der Blog-Eintrag per *nickname* dessen übliche Kommunikationspolitik darstelle.⁷⁴⁴ Eine Woche später wurde wiederum die Antwort des Ministeriums auf dem Blog gepostet und darin ein Zusammenhang zwischen dem Mitarbeiter und dem Nutzernamen robin masters abgestritten.⁷⁴⁵ Ebenso veröffentlichte Milla in ihrem Blog Kopien der Briefe, die dem Ministerium als Reaktion auf die Enthüllung von robin masters zugesandt wurden. Auch die YouTube-Öffentlichkeit erfährt von diesen kritischen Worten an die Sängerin, da einer der Kommentator/innen des Videos *NTR* Auszüge aus dem Eintrag von robin masters im *mandiner blog* wörtlich zitiert.⁷⁴⁶

Neben solchen Einträgen durch Trolls hinterlassen auch weitere Akteur/innen Spuren im Kommentarbereich zum Video *NTR*: die Institution YouTube, die hier als mediales Dispositiv auf das entstehende Akteursnetzwerk des Protestes Einfluss nimmt, sowie die

Kanaleigentümer/innen, die in ihrem YouTube-Kanal ‚Tüntetések a sajtószabadságért‘ [Demonstrationen für die Pressefreiheit] das Video hochgeladen haben und über Moderationsrechte im Kommentarbereich verfügen.

5.3.4 „Der Kommentar wurde entfernt“ – YouTube und die Kanaleigentümer/innen greifen in den Diskurs ein

Nicht nur die Kommentator/innen als Videorezipient/innen kritisieren sich gegenseitig und reflektieren den Diskursraum YouTube, sondern auch der Kanaleigentümer selbst, der das Video *NTR* hochgeladen hat, greift in den Diskurs ein und löscht sogar Kommentare. Diese mit dem Subcode ‚Kommentar gelöscht / entfernt / als Spam gekennzeichnet / zu viele negative Bewertungen‘ codierten Inhalte machen 5% im Rahmen des Codes ‚YouTube / Internet‘ aus, mit dem insgesamt 13% aller Kommentarinhalte codiert wurden. Die hier markierten Kommentare sind selbst zwar nicht mehr einsehbar, haben aber zum Zeitpunkt der Auswertung der Kommentare zum Video *NTR* Kommentarspuren in Form des Codenamens hinterlassen.

Dieses Agieren des Kanaleigentümers wurde von anderen Nutzer/innen oft kontrovers diskutiert und in einen allgemeinen Bezug zur Öffentlichkeit außerhalb von YouTube gesetzt, was unter dem Subcode ‚Meinungsfreiheit online‘ und gleichzeitig mit ‚Pressefreiheit‘ erfasst wurde. Letzterer wurde innerhalb des Subcodes ‚Politik in Ungarn‘ im bereits erläuterten Code ‚Politik‘ vergeben. Diese Macht der Kanaleigentümer/innen als Videoproduzent/innen einerseits und die Macht YouTubes als Kontrollinstanz und somit als Dispositiv und nicht als neutrales Kommunikationsforum andererseits wird von den Nutzer/innen scharf kritisiert. Gerade das Verhältnis zwischen dem Namen des YouTube-Kanals – Demonstrationen für die Pressefreiheit –, in dem Milla das Video *NTR* hochgeladen hat, und eine Lenkung und Filterung der einsehbaren Kommentarinhalte bieten Diskussionsstoff unter den Nutzer/innen.

*Lachhaft. Der Kanaleigentümer hat den Namen Pressefreiheit gewählt, und nun löscht er die Kommentare [...]. (Nutzer/in Olah-Pokemon, Phase 1)*⁷⁴⁷

⁷⁴⁷ Zum Zeitpunkt, als dieser Kommentar gepostet wurde, war der Name des YouTube-Kanals noch „Für die Pressefreiheit“, mittlerweile heißt er „Demonstrationen für die Pressefreiheit“.

[...] Wie ich sehe, hat es jemandem nicht gefallen, dass ein negativer Kommentar der beliebteste war und er ist nun irgendwie verschwunden :) Und ihr traut euch über Zensur zu schimpfen? (Nutzer/in Sisenegonitned, Phase 1)

@hungariankorps: Wie man sieht, löschen auch die von YouTube die hässlichen Neonazi-Hassredner. (Nutzer/in genusproximum, Phase 2)

Trotz der hier angesprochenen Kontrolle durch YouTube und einer Menge an bereits „als Spam gekennzeichneten“ Kommentarspuren, sind immer noch sehr viele rassistische Anfeindungen zu lesen. In den Community Guidelines sagt YouTube zwar, dass keine Videos mit Hassreden gepostet werden dürfen, aber die Kommentare können erst durch YouTube-Mitarbeiter/innen entfernt werden, wenn ein Kommentar „gemeldet“ und einzeln geprüft wurde.⁷⁴⁸ Aus diesem Grund ist der Anteil rechtsextremer und rassistischer Äußerungen mit 10% der Kommentarinhalte immer noch recht hoch, wobei immer wieder die gleichen Nutzer/innen ihre identischen Hassreden oft mehrmals hintereinander posten und so die Öffentlichkeit auf YouTube für sich vereinnahmen möchten. Einige Nutzer/innen wünschen sich sogar mehr Kontrolle durch die Zensur rechtsextremer Inhalte. Hier wird das in den Medien häufig diskutierte Spannungsfeld zwischen Meinungsfreiheit im Internet und der notwendigen Moderation bei rechtsextremen Äußerungen durch YouTube und die Kanaleigentümer/innen sichtbar:

⁷⁴⁸ In Deutschland hat sich dieses Verfahren 2017 durch die Einführung des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes geändert, wonach die Plattformbetreiber vom Gesetzgeber verpflichtet werden, u.a. Hassreden in den Kommentaren zu löschen.

@duruczattila: Oh mein Gott... Solche rassistischen Hassreden sollen bitte hier raus moderiert werden. (Nutzer/in belepofazo, Phase 2)

Toll... Die Kommentarfunktion müsste verboten werden, ich regere mich nur über die vielen Dummen hier auf und ich glaube nicht, dass ich allein damit bin. (Nutzer/in myletthemdown, Phase 1)

Neben der Löschung von Kommentaren agiert der Kanaleigentümer mit einer weiteren Kommunikationsstrategie, um die Verfasser/innen rechtsextremer Äußerungen vor der YouTube-Öffentlichkeit bloßzustellen und zu verurteilen: Durch die Übersetzung rechtsextremer Kommentare ins Englische sollen einige Kommentare einer breiteren internationalen Öffentlichkeit zugänglich gemacht und rechtsextreme ungarische Nutzer/innen scharf kritisiert werden. Das Problem dieser Methode der Reinszenierung als kritisierender Zur-Schau-Stellung rechtsextremer Kommentare besteht einerseits darin, dass die Übersetzungen oft in fehlerhaftem, unverständlichem Englisch erscheinen, da vermutlich der Google Translator genutzt wurde. Andererseits verstehen viele Nutzer/innen die Strategie des Kanaleigentümers nicht und wundern sich darüber, warum er sich seinerseits rechtsextrem in der YouTube-Öffentlichkeit äußert, obwohl er sich mit den Regierungsprotesten eigentlich für demokratischere Strukturen einsetzt. Diese Strategie kann ebenfalls als mimetische Subversion des Kanaleigentümers gedeutet werden, die allerdings häufig daran scheitert, dass die Umdeutung der Kommunikationsbotschaften von den Rezipient/innen nicht richtig interpretiert wird.

Das folgende Kapitel zeigt abschließend, inwieweit das Video *NTR* überhaupt Protestakteur/innen über die ungarische Öffentlichkeit hinaus erreicht. Diese Reichweite wird anhand der Anzahl fremdsprachiger Kommentare gemessen.⁷⁴⁹

5.4 Die Presse als internationaler Protestakteur: Die Videorezeption außerhalb der ungarischen Öffentlichkeit

Trotz der englischen Untertitel, die im Video *NTR* auf YouTube eingestellt werden können, ist der Anteil an fremdsprachigen Kommentaren sehr gering.⁷⁵⁰ In Phase 1 sind nur 2% der Kommentarinhalte nicht in ungarischer Sprache verfasst, in den Phasen 2 und 3 sind es auch nur jeweils 2,6% und circa 1%. Ab Phase 4 erreicht das Video dann zunehmend eine internationale Öffentlichkeit, hier sind 14% der Kommentare

⁷⁴⁹ Viele Ungar/innen, die kommentieren, wohnen nicht in Ungarn, wie sie in ihren Kommentaren preisgeben, sie werden aber dennoch zur ungarischen Öffentlichkeit des Videos gezählt. Das heißt, der Begriff der ‚ungarischen Öffentlichkeit‘ zielt auf ein sprachliches Merkmal ab und nicht unbedingt auf ein geografisches und soll so von der ‚internationalen Öffentlichkeit‘ abgegrenzt werden.

⁷⁵⁰ Hier ist der Referenzwert nicht die Anzahl der codierten Kommentarinhalte (=8668) wie bei den Berechnungen der Codehäufigkeiten, sondern es wird die Anzahl an YouTube-Komentaren gezählt, die unter den 6902 Kommentaren im Untersuchungszeitraum fremdsprachig sind.

⁷⁵¹ Vgl. u.a. Paas: „Wir haben genug“. Protest gegen Ungarns Regierung“; Jan-Uwe Stahr: „Sorge um die Republik Ungarn. Widerstand gegen Orbáns demokratiefeindliche Politik“. In: *dradio.de* (27.01.2012), online unter: <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/1662964/> sowie: O.V.: „Hungary steps out“. In: *The Economist online* (01.01.2012), online unter: <http://www.economist.com/blogs/easternapproaches/2012/01/protest-hungary>.

⁷⁵² Vgl. das eingebettete Video und den Bericht bei *NZZ Online*: Tobias Feld: „Ich mag das System nicht“. Dorotya Karsay und die Sänger und Rapper der neuen ungarischen Protestbewegung“. In: *NZZ Online* (10.02.2012), online unter: http://www.nzz.ch/nachrichten/kultur/aktuell/ich_mag_das_system_nicht_1.14935031.html und siehe den Beitrag *Ungarns Stimme des Protests: „Das System gefällt mir nicht“* auf dem YouTube-Kanal von *Spiegel TV* seit 03.01.2012, online unter: <http://youtu.be/RYGxyqNRqC0> sowie den Radiobeitrag in der Sendung *Zündfunk* am 18.02.2012 von Thies Marsen: „Rechts unten in Europa. Eine Reise in ein zerrissenes Land“, in dem das Lied des Videos *NTR* in Auszügen eingespielt wurde.

⁷⁵³ Vgl. u.a. Nutzer/in *Deathgazer00* in Phase 4: „greetings and good luck from Poland :) Most of young people support ‚Egymillióan a magyar sajtószabadságért‘, and polish ‚Ruch Oburzonoych‘. Democracia real ya! Viva La Revolución! [...] Long live the revolution!“ sowie zum Beispiel auch die Kommentare der Nutzer/innen *pragmaticUtopists* und *ZeroNervE* in Phase 5.

⁷⁵⁴ Vgl. u.a. den Kommentar von Nutzer/in *nopocanewsGB* in Phase 5: „Please flag this extremist video! Should be deleted the whole channell!“.

fremdsprachig. In Phase 5 nimmt die Häufigkeit fremdsprachiger Kommentare wieder ein wenig ab, aber es werden immer noch circa 11% der Kommentare in anderen Sprachen als Ungarisch gepostet.

Der starke Anstieg der Kommentare ab Phase 4, die nicht auf Ungarisch gepostet wurden, hängt damit zusammen, dass die internationale Presse über die Regierungsproteste gegen die neue Verfassung Anfang Januar 2012 und auch über Milla berichtete. Die politische Lage und die zivilen Proteste wurden in internationalen Medien vielfach diskutiert, wobei das Video *NTR* als neues mediales Instrument des Bürgerprotestes thematisiert⁷⁵¹ und oft in die Websites von zum Beispiel Schweizer und deutschen Printmedien eingebettet sowie die Musik auch in der Radiosendung *Zündfunk* des Bayerischen Rundfunks gespielt wurde.⁷⁵² Diese Spuren des Videos in den internationalen Medien machen sich auch in den ungarischen und fremdsprachigen Kommentaren zum Video bemerkbar, sodass hier die um das Video herum entstehende Netzwerköffentlichkeit sichtbar wird,⁷⁵³ die über die anfangs fast nur von der ungarischen Sprache geprägte Video-Öffentlichkeit hinausgeht. Die Kommentare wirken somit als ein Spiegel dieser Netzwerköffentlichkeit, da anhand ihnen die ‚Wege‘ des Videos als Akteur im Laufe der Zeit verfolgt werden können. Gerade an solch einem Beispiel, in dem die Sprachbarriere dazu führt, dass auch die YouTube-Öffentlichkeit zunächst eine rein lokale ungarische Öffentlichkeit ist, lässt sich die Schwelle zeitlich markieren, an der die ungarische Öffentlichkeit durch internationale Perspektiven erweitert wird.

Da das Video jedoch nicht nur Protestbefürworter/innen, sondern auch Protestgegner/innen aus dem Ausland anzieht,⁷⁵⁴ fürchten viele ungarische Kommentator/innen die Meinung der neu hinzugekommenen, vor allem englisch- und deutschsprachigen, Protestgegner/innen bezüglich der vielen bereits geposteten rechtsextremen Kommentare und Dislikes im Diskursraum YouTube und fungieren als Vermittler/innen, wie diese beiden – im Original auf Deutsch, nicht auf Ungarisch – geposteten Kommentare zeigen:

kann mir jemand erklären, weswegen es bezüglich dieses Videos so viele dislikes gibt? Kann Orbán mit so vielen Unterstützern rechnen? (Nutzer/in fagottiamo, Phase 4)

@fagottiamo: Leider viele neonazis sind in Ungarn. Aber viel mehr Demokraten sind hier, als du es von dem ‚like‘ Rechnen und von den antidiktatorischen Demonstrationen sehen kannst. Servus aus Ungarn – ein Demokrat (Nutzer/in ZTDR07, Phase 4)

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass diese Internationalisierung der Netzwerköffentlichkeit um das Video *NTR* herum zeigt, wie über die Handlungsinitiative von YouTube als integrierendem, länderübergreifendem Kommunikationsforum der lokale Protest auf Ungarns Straßen ergänzt wird durch ein zeit- und ortsunabhängiges Protestnetzwerk, das immer neue Akteur/innen involviert. Das Video fungiert auf YouTube immer wieder als aktueller Redeanlass und ist damit auch unabhängig von Milla Teil eines eigenständigen Protestnetzwerks in der Öffentlichkeit auf und außerhalb von YouTube. Der Diskursraum der Kommentare in der YouTube-Öffentlichkeit lässt sich als ein Sprachrohr der ungarischen Gesellschaft beschreiben: In dieser Gegenöffentlichkeit gegen die ungarische Regierung, in der das Event der Demonstration vom 23. Oktober 2011 nicht so oft thematisiert wurde wie zunächst angenommen, kommen weitreichendere Diskurse über Politik, Gesellschaft und vor allem zur eigenen Lebenssituation und Sorgen der Nutzer/innen zustande. Solche Grundsatzfragen werden in der zu weiten Teilen regierungsnahen ungarischen Medienberichterstattung ignoriert oder zumindest nicht aus solch persönlichen Perspektiven heraus thematisiert.

Die ungarische Regierung versuchte Anfang 2012 weitere Proteste der Netzwerköffentlichkeit zu verhindern: Wenige Wochen vor der geplanten nächsten Demonstration der Milla am 15. März 2012 wurde verkündet, dass die Regierung, beziehungsweise das Ministerium für öffentliche Verwaltung und Justiz, am Nationalfeiertag am 15. März 2012 alle öffentlichen Plätze für Feierlichkeiten beanspruchen werde – inklusive derjenigen Straße, auf der die große regierungskritische

⁷⁵⁵ Gábor Miklósi: „Sérülhet a gyűlekezés jog március 15-én“ [Das Recht auf Versammlungsfreiheit könnte am 15.03.2012 eingeschränkt sein]. In: *index.hu* (26.01.2012), online unter: http://index.hu/belfold/2012/01/26/serulhet_a_gyulekezési_jog_marcius_15-en/.

⁷⁵⁶ Dpa: „Ungarn demonstrieren für und gegen Orbán“. In: *Zeit Online* (15.03.2012), online unter: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2012-03/ungarn-protest-regierung-orban>.

⁷⁵⁷ Vgl. zu den Protesten Ende 2014 und Anfang 2015, als Angela Merkel Ungarn einen Staatsbesuch abstattete, ausführlich u.a.: Stephan Löwenstein; „Frau Bundeskanzlerin, das ist kein Witz!“. In: *faz.net* (01.02.2015), online unter: <http://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/europa/demo-vor-merkel-besuch-in-budapest-13403527.html> sowie O.V.: „Tausende demonstrieren gegen Orbáns Demokratieabbau“. In: *Zeit Online* (02.01.2015), online unter: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2015-01/ungarn-proteste-orban-demokratie>.

⁷⁵⁸ Siehe die Website der Partei Kétfarkú Kutya Párt [Die Partei Der zweischwänzige Hund], online unter: <http://ketfarkukutya.com/>.

⁷⁵⁹ Siehe die Website der Bewegung online unter: <https://momentum.hu/>.

Demonstration vom 23. Oktober 2011 stattfand.⁷⁵⁵ Damit schien es zunächst so, als solle der Protestbewegung buchstäblich der öffentliche Raum genommen werden. Letztlich wurden am Nationalfeiertag „getrennte“ Feierlichkeiten „für und gegen Orbán“ abgehalten und die Demonstrationen konnten doch noch wie im Jahr zuvor an der szabad sajtó ut, der Straße, die übersetzt tatsächlich „Straße für freie Presse“ heißt, an der Elisabethbrücke in Budapest stattfinden.⁷⁵⁶ An den ungarischen Nationalfeiertagen am 15. März und am 23. Oktober fanden auch 2013 Demonstrationen statt. Insbesondere nach Orbáns erneutem Wahlsieg im April 2014 nahmen die gezielten Regierungsproteste wieder zu: Seit Herbst 2014 demonstriert die ungarische Bevölkerung regelmäßig – zunächst gingen die Menschen gegen eine geplante und dann abgewendete Internetsteuer auf die Straße und anschließend erneut gegen die gesamte Politik der Regierung sowie die Korruption im Land.⁷⁵⁷ Ähnlich richteten sich die Proteste der Satirepartei „der zweischwänzige Hund“⁷⁵⁸ und der studentischen Initiative Momentum⁷⁵⁹ 2016 und 2017 zunächst gegen die Olympiabewerbung Ungarns, die tatsächlich zurück gezogen wurde, und gegen die befürchtete Schließung der CEU, bevor sie sich erneut in einen allgemeinen politischen Protest gegen die Regierung und insbesondere ihre Flüchtlingspolitik wandelten.

Das im folgenden Kapitel 6 vorgestellte, dritte und letzte Beispiel der Protestinszenierungen auf YouTube ist ein weiteres Protestvideo aus Ungarn, das ein Thema aus dem Bereich der Kulturpolitik fokussiert. Es hat zwar keine solch hohe Anzahl an Kommentaren erzielt wie das Video *NTR*, dafür wurde die Kommunikation unter den Protestakteur/innen durch mehrere *Antwortvideos* fortgeführt.

6. Die Kommentare der YouTube-Öffentlichkeit als Akteure im Protestvideo der ungarischen Theaterszene auf YouTube (2012)

6.1 Proteste der ungarischen Theateröffentlichkeit

Die Proteste der Freien Theaterszene in Ungarn vom November 2012 sind ein Beispiel dafür, wie die in den Kapiteln 4 und 5 vorgestellten Inszenierungsstrategien der mimetischen Subversion und der partizipativen Produktion innerhalb der verschiedenen Diskursebenen eines einzigen Protestnetzwerks vereint werden. Die vorgestellten Protestvideos zeigen, wie die Theateröffentlichkeit YouTube als speziell kulturpolitisches Diskussionsforum für Regierungsproteste nutzt. Hierbei werden die Grenzen zwischen Online-Öffentlichkeit, politischem Protest und Theateröffentlichkeit über die Handlungsinitiative des Akteurs YouTube aufgebrochen.⁷⁶⁰ Somit fungiert dieses Kapitel als Scharnier zwischen den Protestinszenierungen und den künstlerischen (Re-)Inszenierungen in den Kapiteln 7 bis 9: Es leitet zu YouTubes Rolle in Kunst und Theater über, die in diesem Kapitel zunächst aus institutioneller Perspektive, in den folgenden dann aus künstlerischer, produktions- und rezeptionsästhetischer Perspektive beleuchtet wird.

Der ungarische FESZ – Független Előadó-művészeti Szövetség [Verband Freier Darstellender Künstler]⁷⁶¹, zu dem auch international

⁷⁶⁰ Die Forschungsergebnisse zu diesem Beispiel sind in Auszügen bereits veröffentlicht in: Cseke; Knüppel: „Forschen am Spielfeldrand“, S. 307-312.

⁷⁶¹ Im Folgenden immer FESZ genannt. Entspricht dem deutschen Bundesverband Freier Darstellender Künstler.

renommierte Regisseure wie Árpád Schilling und Viktor Bodó gehören, initiierte 2012 einen weitreichenden Protest gegen die Kulturpolitik der regierenden Fidesz. Die Proteste der Freien Szene begannen bereits 2010 mit offenen Briefen und organisierten Konferenzen⁷⁶² und richteten sich gegen die Änderungen des ungarischen Theatergesetzes, die mit stetigen Mittelkürzungen einhergingen. Das Theatergesetz wurde 2008 noch von der Vorgängerregierung der MSZP verabschiedet und sicherte der Freien Szene einen Anspruch auf 10% der staatlichen Theaterzuschüsse zu. Bereits im April 2010 kürzte die neu gewählte Fidesz-Regierung die zugesagte Summe um 33% und modifizierte das Gesetz nochmals 2011, sodass nur noch eine Einteilung in drei Förderkategorien anstatt in sechs vorgenommen wurde und alle freien Gruppen in der dritten Kategorie gegeneinander um Fördergelder konkurrieren.⁷⁶³ Im Jahr 2012 sollte die Freie Szene sogar nur noch circa ein Drittel der Subventionen von 2010 erhalten.⁷⁶⁴ Die damalige Vorsitzende des FESZ fasste die Lage der Freien Szene in einem Interview mit dem ungarischen politisch-kulturellen Magazin *Magyar Narancs* im September 2012 wie folgt zusammen:

*Wir bekommen die Gelder, die Antworten auf unsere Briefe und unsere Möglichkeiten erst als Letzte mitgeteilt, weil sich die Verantwortlichen noch nicht mit diesem Thema befassen wollen: Wir sind weder in einer geduldeten noch in einer verbotenen Kategorie, wir schweben zwischen beiden. Das ist natürlich genauso gefährlich, als würden sie ‚nein‘ zu uns sagen, im Gegenteil: Das könnte man bekämpfen, dagegen könnten man protestieren. Aber mit dieser Einstellung kann man nichts anfangen.*⁷⁶⁵

Seit Mai 2012 hatte der FESZ bis zu sieben offene Briefe an das Ministerium für Humanressourcen geschrieben, das in Ungarn für die Bereiche Kultur, Bildung, Gesundheitswesen und Soziales zuständig ist. Die Künstler/innen kritisierten, dass die für 2012 zugesicherten staatlichen Zuschüsse immer noch nicht an die Theatergruppen ausbezahlt und für 2013 noch keine Informationen über Förderungen kommuniziert

⁷⁶² Siehe zum Beispiel die Konferenz *Szűnet nélkül. A Magyar kultúra érdekében* [Ohne Pause. Im Namen der ungarischen Kultur], vgl. dazu: Árpád Schilling: „A kultúra függetlenségéért!” [Für die Unabhängigkeit von Kultur]. In: *fidelio.hu* (09.02.2012), online unter: [http://fidelio.hu/szinhez/magazin/schilling_arpad_a_kultura_fuggetlensegeert! sowie](http://fidelio.hu/szinhez/magazin/schilling_arpad_a_kultura_fuggetlensegeert!) Béla Pintér: „Függetlenség és színházi progresszió” [Unabhängigkeit und progressives Theater]. In: *fidelio.hu* (06.02.2012), http://fidelio.hu/szinhez/magazin/pinter_bela_fuggetlenseg_es_szinhazi_progresszio.

⁷⁶³ Vgl. Kata Csátó: „Chaos und Ratlosigkeit. Ein kurzer Lagebericht aus der ungarischen Figurentheaterszene“. Aus dem Ungarischen von Iris Cseke. In: *double 10* (2013), Nr. 28, H. 2, S. 20–22, hier S. 20.

⁷⁶⁴ Vgl. Andrea Tompa: „Gehen oder Bleiben? Die darstellenden Künstler der Freien Szene in Ungarn sehen sich vor dem Aus und suchen die Öffentlichkeit“. Aus dem Englischen von Barbara Burckhardt. In: *Theater heute* 54 (2013), S. 20–22, hier S. 21.

⁷⁶⁵ Bálint Kovács: „Nem türt, nem tiltott”. Csátó Kata, a Független Előadó-művészeti Szövetség (FESZ) elnöke” [Nicht geduldet, nicht verboten]. Kata Csátó, die Vorsitzende des Verbands Freier Darstellender Künstler (FESZ). In: *Magyar Narancs. hu* (13.09.2012), online unter: <http://magyarnarancs.hu/szinhez2/nem-turt-nem-tiltott-81641>.

wurden. Nachdem am 08. Oktober die ungarische Regierung bekannt gegeben hatte, dass das Ministerium für Humanressourcen insgesamt über 17 Milliarden Forint einsparen müsse, legte der FESZ dar, dass einige Gruppen die drohenden Kürzungen der Zuschüsse nicht überleben würden.⁷⁶⁶ Das Ministerium antwortete in einem Brief vom 17. Oktober, dass die Einsparungen durch die Schuldenanhäufung der letzten Regierung aus der Zeit von 2002 bis 2010 zustande gekommen seien. Das Ausmaß der Einsparungen sei noch nicht klar, fest stehe aber, dass „manche Kulturinstitutionen, Projekte und Betriebe die Zuschüsse nicht oder nur teilweise und vielleicht erst später erhalten werden“⁷⁶⁷. In seiner Reaktion auf diesen Brief⁷⁶⁸ bat der FESZ nochmals um Informationen zur Auszahlung der Zuschüsse, da das Ministerium die anstehenden Kürzungen im Jahreshaushalt erst *nach* Bekanntwerden der zugesicherten Fördersummen für die freien Gruppen kommunizierte, ohne vorher einen Vertrag mit den freien Gruppen über die Subventionen geschlossen zu haben.⁷⁶⁹ Das seit 1985 bestehende Artus Studio für zeitgenössische Kunst und Performance in Budapest kündigte am 29. Oktober 2012 sogar auf seiner Website an: „Bis die den freien Theatern zugesagten Zuschüsse nicht ausbezahlt werden, können wir unsere angekündigten Vorstellungen nicht aufführen.“⁷⁷⁰ Als einige Tage später der damalige Kulturstaatssekretär Laszló L. Simon die genaue Höhe der geplanten Einsparungen im Kulturbereich bekannt gab – 2,4 Milliarden Forint⁷⁷¹ –, wandte sich der FESZ schließlich an die YouTube-Öffentlichkeit, um nach den wirkungslosen offenen Briefen an das Ministerium weitere Protestakteur/innen als erweitertes Sprachrohr für ihr Anliegen einzubinden.

⁷⁶⁶ Vgl. den offenen Brief des FESZ vom 08.10.2012 im ungarischen Kulturmachrichtenportal *fidello.hu*, online unter: http://fidello.hu/szinhasz/hirek/nyilt_levellet_irt_a_fesz_az_ujabb_zarolasol_tartva.

⁷⁶⁷ Vgl. den Brief des Ministeriums vom 27.10.2012 online im Theaterportal *7ora7hu* unter: <http://7ora7hu/hirek/simon-az-elmult-nyolc-ev-a-kulturalis-elvonasok-oka>. Vgl. dazu auch den Bericht im Blog von *magyarnarancs.hu*: O.V.: „Mondjon le! – L. Simon és a függetlenek“ [Er soll zurücktreten! – L. Simon und die Freie Szene]. In: *Magyarnarancs.hu* (29.10.2012), online unter: <http://magyarnarancs.hu/narancsblog/mondjon-le-l-simon-es-a-fuggetlenek-82254>.

⁷⁶⁸ Vgl. den Abdruck des Briefes vom 19.10. im Literaturportal *litera.hu* online unter: <http://www.litera.hu/hirek/a-fesz-nyilt-levelle-l-simon-laszlohoz-a-zarolasok-ugyebe>.

⁷⁶⁹ Vgl. O.V.: „Kritikusok a függetlenek mellett“ [Theaterkritiker/innen halten zur freien Szene]. In: *fidello.hu* (29.10.2012), online unter: http://fidello.hu/szinhasz/hirek/kritikusok_a_fuggetlenek_mellett.

⁷⁷⁰ Vgl. O.V.: „Kritikusok a függetlenek mellett“ (online).

⁷⁷¹ Vgl. die Meldung im Theaterportal *szinhaz.hu*: O.V.: „L. Simon: 2,4 milliárd forint a tervezett zárolás“ [Die geplanten Einsparungen betragen 2,4 Milliarden Forint]. In: *szinhaz.hu* (06.11.2012), online unter: <http://szinhaz.hu/szinhasz-hirek/49033-l-simon-24-milliard-forint-a-tervezett-zarolas>.

6.2 Ein kulturpolitisches Akteursnetzwerk: Der Verband Freier Darstellender Künstler (FESZ) und das Ministerium für Humanressourcen (EMMI) auf YouTube

6.2.1 Akteur/innen und Diskursebenen des Protestnetzwerks

Am 07. November 2012 hat der FESZ im YouTube-Kanal der international renommierten freien Theatergruppe Krétakör des Regisseurs Árpád Schilling ein Protestvideo hochgeladen, das sowohl als lange Version mit 04:12 Minuten als auch als kurze Version mit 02:22 Minuten abrufbar ist.⁷⁷² Bis auf die Kürzungen einiger Sequenzen sind die Videos identisch. Die Protestinszenierung von FESZ gegen die Kulturpolitik des Ministeriums für Humanressourcen (EMMI)⁷⁷³ soll im Folgenden als Akteursnetzwerk nachgezeichnet werden. Um die entstehende Netzwerköffentlichkeit zu erfassen, werden mit diesem Protestvideo *FESZ – tiltakozás a működési támogatások halogatásával szemben* [Protest gegen die verzögerte Auszahlung von Zuschüssen – GESAMT] (im Folgenden *FESZ 1 lang* genannt) im YouTube-Kanal Krétakör Alapítvány, seit 07.11.2012 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/oQoaKy7iuSM> sowie die kurze Version *FESZ – tiltakozás a működési támogatások halogatásával szemben* (im Folgenden *FESZ 1 kurz* genannt), seit 07.11.2012 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/YfenOc7leAO>.

Vgl. die offizielle und auch in englischer Sprache verfügbare Website des EMMI, online unter: <http://www.kormany.hu/en/ministry-of-human-resources>.

Der Verband FESZ selbst, das Ministerium für Humanressourcen, YouTube, die Kommentator/innen sowie die Agency der – vorrangig ungarischen und soweit vorhanden auch deutschen – (Online-) Berichterstattung. Die Diskursebene der Kommentare ergibt sich aus dem klar abgegrenzten Datenmaterial der Videokommentare zu den folgenden vier Videos: Das erste Protestvideo des FESZ vom 07. November 2012 (mit der langen und der kurzen Version, im Folgenden als *FESZ 1 lang* und *FESZ 1 kurz* bezeichnet), die Videoantwort des Ministeriums vom 10. November 2012 (im Folgenden als EMMI bezeichnet) und die darauf folgende Videoantwort des FESZ am 20. November 2012 (im Folgenden *FESZ 2* genannt). Die verschiedenen Diskursebenen visualisieren die Protestinszenierung des FESZ und wie sich dadurch die Theateröffentlichkeit zu einer Gegenöffentlichkeit gegen die Regierung auf YouTube formiert (siehe Tabelle 3). Ähnlich zum Beispiel von Greenpeace gegen Nestlé ermöglicht es das Display YouTube auch im Folgenden, den Schlagabtausch der verschiedenen

⁷⁷² Vgl. die lange Videoversion mit dem Namen *FESZ – tiltakozás a működési támogatások halogatásával szemben – TELJES* [Protest gegen die verzögerte Auszahlung von Zuschüssen – GESAMT] (im Folgenden *FESZ 1 lang* genannt) im YouTube-Kanal Krétakör Alapítvány, seit 07.11.2012 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/oQoaKy7iuSM> sowie die kurze Version *FESZ – tiltakozás a működési támogatások halogatásával szemben* (im Folgenden *FESZ 1 kurz* genannt), seit 07.11.2012 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/YfenOc7leAO>.

⁷⁷³ Vgl. die offizielle und auch in englischer Sprache verfügbare Website des EMMI, online unter: <http://www.kormany.hu/en/ministry-of-human-resources>.

Akteur/innen anhand der Videos und Kommentare parallel auf einer Plattform nachzuverfolgen und die intertextuell aufeinander bezogenen Videoantworten als ein gemeinsames Netzwerk nachzuzeichnen, in welchem die Akteur/innen permanent auf den Diskurs einwirken. Um die Akteur/innen verfolgen zu können, sollen die in Tabelle 3 zusammengefassten Fragen an dieses Netzwerk gestellt werden.

Tabelle 3: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im kulturpolitischen Netzwerk der Videoproteste des FESZ auf YouTube (eigene Darstellung)

		Ausgewählte DISKURSEBENEN , auf denen die Handlungsinitiativen der Akteur/innen sichtbar und erfasst werden		
		YouTube-Video	Kommentare	Medienberichte und Blogs, Websites der Akteur/innen (Auswahl)
Ausgewählte AKTEUR/INNEN der Inszenierungen	FESZ	Wie treten der FESZ und das Ministerium EMMI in den Protestvideos <i>FESZ 1 lang</i> und <i>FESZ 1 kurz</i> , in der Videoantwort des EMMI (<i>EMMI-Video</i>) sowie im zweiten Video (<i>FESZ 2</i>) auf?	Wie treten der FESZ und das EMMI in den Kommentarinhalten zu den Videos des FESZ und des EMMI auf?	Wie treten der FESZ und das EMMI in Bezug auf die Proteste des FESZ in Medienberichten, Blogs und auf ihren eigenen Websites auf?
	EMMI			
	YouTube	–	Wie macht sich YouTube als Archiv und Display in den Kommentarinhalten zu den Videos des FESZ und des EMMI bemerkbar?	Wie tritt YouTube als Display der Videos auf der YouTube-Website in Erscheinung? Werden die Videos des FESZ und des EMMI auch in andere ungarische oder auch ausländische Websites eingebettet?
	Kommentator/innen	Wie werden die kritischen Kommentare der Netzwerköffentlichkeit im Video <i>FESZ 2</i> aufgegriffen und diskutiert?	Inwiefern macht sich eine Selbstreflexion der Kommentator/innen und Kritik an anderen Nutzer/innen in den Kommentarinhalten zu den Videos des FESZ und des EMMI bemerkbar?	Wie wird die Online-Öffentlichkeit in der Medienberichterstattung und auf den Websites der Akteur/innen thematisiert (einige Protestunterstützer/innen gründen zum Beispiel einen eigenen neuen Facebook-Auftritt)?
	Ausgewählte (Online-)Medien	–	Inwiefern verlinken Kommentator/innen Informationen aus (Online-)Medien im Rahmen der Kommentarinhalte zu den Videos des FESZ und des EMMI?	Inwiefern findet eine Selbstreflexion über die Rolle der (Online-)Medien für den Protest statt?

6.2.2 Face-to-Face mit Akteur/innen der Freien Theaterszene: Inszenierungsstrategien im ersten Protestvideo des FESZ

Im YouTube-Video *FESZ – tiltakozás a működési támogatások halogatásával szemben* [Protest gegen die verzögerte Auszahlung von Zuschüssen] vom 07. November 2012 veranschaulichen die einzelnen Mitglieder des FESZ anhand unterschiedlicher Statements ihre aktuelle Situation und allgemein die Existenzgefährdung freier Theaterschaffender in Ungarn. Die Akteur/innen im Video malen ein Szenario, das besagt, dass 2013 „freie Theatergruppen in Ungarn verschwinden werden“⁷⁷⁴. Die Aneinanderreihung zusammengeschnittener Nahaufnahmen der Akteur/innen dient einer unmittelbaren und dadurch sehr emotionalen direkten Ansprache der Videorezipient/innen. Die Schriftinserts verraten den Namen und die Zugehörigkeit zur jeweiligen freien Theatergruppe, wie in Abbildung 4 zu sehen ist.

⁷⁷⁴ Alle folgenden Zitate aus dem Video des FESZ beziehen sich auf die lange Version *FESZ 1 lang*.



Abbildung 4: Screenshots aus dem Protestvideo des FESZ (lange Version) auf YouTube

Durch diese Inszenierungsstrategie im Video hat der/die Rezipient/ in das Gefühl, ‚hinter die Kulissen‘ der sonst auf ungarischen und internationalen Bühnen agierenden Theatergruppen zu blicken. Er bekommt Informationen zu institutionellen und finanziellen Rahmenbedingungen künstlerischen Schaffens. Die Akteur/innen zeigen den Zusammenhang von Theaterästhetik und Ökonomie auf und argumentieren mit verschiedenen Narrativen, die im Folgenden kurz

thematisch sortiert skizziert werden:⁷⁷⁵ Balázs Erős, Kulturmanager am Mu Theater in Budapest, Árpád Schilling, Leiter der Gruppe Krétakör, sowie weitere Künstler/innen veranschaulichen die mögliche zukünftige Situation der freien Szene anhand konkreter *Zahlen*: „Wenn das Mu Theater schließt, werden jährlich 180 Tanz- und Theaterproduktionen, 50 bis 60 Aufführungen in Schulen, 30 bis 40 theaterpädagogische Aktivitäten ausbleiben.“⁷⁷⁶ Dániel Szász von der Gruppe Tünet Együttes zählt auf: „Mit unserem Programm waren wir in 80 Schulen und haben uns mit 3000 Kindern beschäftigt.“⁷⁷⁷ Árpád Schilling betont, dass „dieser Bereich ungefähr 150.000 bis 200.000 Zuschauer hat, die als Gemeinschaft vom Staat nicht mehr unterstützt werden, wenn die Förderungen dieses künstlerischen Sektors ausbleiben“⁷⁷⁸ und Éva Duda von der gleichnamigen Theatergruppe fragt rhetorisch: „Drei Vorstellungen pro Jahr? Manch einem reicht das vielleicht, aber unsere Zuschauer sind jährlich bis zu 30 Vorstellungen gewohnt. Das würden wir gerne beibehalten.“⁷⁷⁹

In mehreren Videosequenzen reflektieren die Akteur/innen die Frage nach dem *Wert* von Kultur und insbesondere Theater innerhalb der gegenwärtigen Politik des Landes: „Drei Milliarden Forint [entspricht circa 9,8 Millionen Euro] kostet ein Kilometer einer Autobahnstrecke. Kinder, also wirklich, das ist sehr peinlich.“⁷⁸⁰ Gábor Nagypál vom Theater Stúdió ‚K‘ resümiert: „Diese Spielstätte hat die letzten 40, 20, acht und auch die letzten zwei Jahre überlebt. Wenn wir jetzt schließen müssen, sagt das nichts über die Spielstätte aus, sondern über die gegenwärtigen kulturpolitischen Entscheidungsträger.“⁷⁸¹ Es könne nicht sein, dass Orbán seine Freunde und Fußballkollegen in politische Positionen setzt, findet Richárd Barabás von der Gruppe HOPPart.⁷⁸² „Die Entscheider in dieser Sache waren vielleicht noch nie im Skene Theater, um unsere Vorstellungen zu sehen“⁷⁸³, mutmaßt ein Mitglied der Kompanie Pintér Béla és Társulata und ein Kollege vergleicht:

Unsere gesamte jährliche Förderung, um mal die Maßstäbe klarzumachen, entspricht der Summe, die ausgegeben wird, wenn einem

⁷⁷⁵ Nur in der kurzen Version des Videos *FESZ 1 kurz* sind englische Untertitel abrufbar, nicht in der langen Version *FESZ 1 lang*, an dieser Stelle erfolgt daher eine kurze Darlegung und Einordnung der Narrative in den Videosequenzen, um alle in den Kommentaren und Medienberichten entstehenden Debatten samt Kontext nachvollziehen zu können.

⁷⁷⁶ Balázs Erős vom Mu Theater in Min 00:03–00:14.

⁷⁷⁷ Dániel Szász von der Gruppe Tünet Együttes in Min 00:28–00:36. Ähnlich auch Gábor Takács und András Sereglei von der Spielstätte Káva in Min 00:45–00:57: „Wenn wir die Förderung nicht erhalten, werden wir 30 Vorstellungen weniger spielen können“ und „ungefähr 1000 Kinder weniger werden sich spielerisch mit moralischen und gesellschaftlichen Fragen beschäftigen“.

⁷⁷⁸ Árpád Schilling von Krétakör in Min 00:57–01:10.

⁷⁷⁹ Éva Duda von der gleichnamigen Theatergruppe in Min 03:22–03:31.

⁷⁸⁰ Diána Magdolna Kiss von der Gruppe HOPPart in Min 01:31–01:37. Wie viel Geld im Verhältnis zu dieser Summe die Fördersumme des Theaters beträgt, wird im Video nicht genannt.

⁷⁸¹ Gábor Nagypál vom Theater Stúdió ‚K‘ in Min 02:58–03:11. Ähnlich auch der darauf folgende Beitrag von Arnold Nyári vom Theater Kerekasztal in Min 03:12–03:22: „Eine seit zwanzig Jahren aktive Gruppe könnte verschwinden. Eine Gruppe, die seit zwanzig Jahren versucht, mit Kindern Theater zu machen, um sie zum Nachdenken zu bewegen“.

⁷⁸² Vgl. Richárd Barabás von HOPPart in Min 02:04–02:08.

⁷⁸³ Zsófia Szamosi von Pintér Béla és Társulata in Min 02:50–02:57.

⁷⁸⁴ Szabolcs Thuróczy von der Kompanie Pintér Béla és Társulata in Min 01:38–01:52.

⁷⁸⁵ Viktor Bodó vom Kollektiv Szputnyik in Min 00:18–00:27. Ähnlich auch Zoltán Friedenthal in Min 02:22–02:27: „Diese Geheimnistuerei und dieses Warten hat keinen Sinn, es zermüht nur unsere Nerven“ sowie Péter Tóth von Szputnyik in Min 01:17–01:30: „Wenn diese Kürzungen auch nur in Höhe von 10% eintreten, heißt das, dass wir unsere Aktivitäten hier in Ungarn einstellen müssen, und Szputnyik keine ungarische Theatergruppe mehr ist. Das möchten wir nicht so gerne“.

⁷⁸⁶ Tamás Herczeg von HOPPart in Min 02:15–02:21.

⁷⁸⁷ Réka Szabó von der Gruppe Tünet Együttes in Min 00:37–00:44.

⁷⁸⁸ Éva Enyedi und Béla Pintér von Pintér Béla és Társulata in Min 02:28–02:49.

⁷⁸⁹ Vgl. Gábor Goda von der Gruppe Artus – Goda Gábor in Min 00:14–00:17.

⁷⁹⁰ Vgl. Kornél Mundruczó, vom Proton Theater in Budapest in Min 03:31–03:41.

⁷⁹¹ Vgl. Pál Frenák von der gleichnamigen Theatergruppe in Min 03:42–04:09.

⁷⁹² Vgl. die Beschreibung auf der Website der Kompanie Pál Frenák online unter: <http://www.frenak.hu/pal-frenak.html>.

⁷⁹³ Stichtag für diese Zahlen ist der 11.02.2015. Siehe die tagesaktuelle Statistik zu den beiden Videoversionen auf YouTube jeweils online unter: http://youtu.be/oQoKy7iuSM?list=UUKaxrKPC_ddEzj342tdo-w und http://youtu.be/YfenOc7leAO?list=UUKaxrKPC_ddEzj342tdo-w.

Regisseur an der Staatsoper Budapest ein Teil eines Bühnenbildes nicht gefällt und er es rausschmeißt [und es einfach durch ein neues ersetzen lässt, I.C.].⁷⁸⁴

Die in Deutschland gefeierten Regisseure Viktor Bodó und Béla Pintér und ihre Theatergruppen machen diese geringe Wertschätzung, die sie durch die Kulturpolitik des eigenen Landes erfahren, durch einen Vergleich mit dem *Ausland* deutlich: „Wir würden uns schon geehrt fühlen, wenn wir Informationen erhalten würden, denn dann wüssten wir, dass wir nicht damit rechnen können, in diesem Land Zuschüsse zu erhalten.“⁷⁸⁵ Tamás Herczeg von der Gruppe HOPPart fügt ernüchtert hinzu: „Wir müssen erfahren, ob sie uns mögen oder ob sie uns nicht mögen, sie sollen es uns bitte sagen.“⁷⁸⁶

Die Choreografin Réka Szabó von der Gruppe Tünet Együttes zieht sogar den Vergleich mit einer *Beerdigung*: „Wenn wir vom 6. bis 8. Dezember 2012 unser 10-jähriges Jubiläum im Trafó [Haus für zeitgenössische Kunst in Budapest, I.C.] feiern, werden wir unsere Trauerfeier abhalten.“⁷⁸⁷ Éva Enyedi und Béla Pintér machen deutlich, dass die Gruppe ihre Arbeit ohne Zuschüsse sofort einstellen müsste, sie bei Kürzungen zwar noch ein Jahr existieren könnte, es aber im Endeffekt auf dasselbe hinauslaufe, denn noch größere Sparmaßnahmen seien gar nicht mehr möglich.⁷⁸⁸ Auch Gábor Goda sieht einen Neuanfang bei null wie im Jahr 1985 kommen [als die Gruppe gegründet wurde, I.C.].⁷⁸⁹

Kurz vor der Schlusssequenz spricht sich der gefeierte Theaterregisseur Kornél Mundruczó im Namen seines Proton Theaters für den Zusammenhalt der freien Szene aus.⁷⁹⁰ Als letzte Sequenz vor dem anschließenden Video-Closer mit dem Schriftinsert „FESZ 2012“ ist der weltweit agierende ungarisch-französische Choreograph Pál Frenák zu sehen, der sein Statement in Gebärdensprache und ohne Einblendung von Untertiteln vermittelt.⁷⁹¹ Die Gebärdensprache hat hier eine besondere dramaturgische Funktion, weil Pál Frenák in den Anfängen seiner Tanzkarriere stark von seinen taub-stummen Eltern geprägt wurde.⁷⁹²

Die lange Version des Videos erreichte gleich in den ersten Wochen nach dem Upload die meisten seiner 14.410 Aufrufe bei YouTube. Bei der kurzen Version liegt die Zahl der Aufrufe mit 17.842 deutlich höher.⁷⁹³ Das Video wurde nicht nur in die Online-Ausgabe der ungarischen Tageszeitung *Népszabadság* und in ungarische Online-Magazine eingebettet,⁷⁹⁴ sondern auch in das deutsche Theaterportal *nachtkritik.de* sowie ausführlich in *Theater heute* diskutiert.⁷⁹⁵ Die Unterstützer/innen des Protestes gründeten am 12. November 2012 eine eigene Facebook-Seite mit dem Titel „Nézők a független társulatokért“ [Zuschauer/innen unterstützen die Freie Szene]⁷⁹⁶, über die die ungarische Presse berichtete.⁷⁹⁷ Außerdem wurde das Protestvideo im *Blog der Bayerischen Staatsoper München* am 22. November 2012 mit englischen Untertiteln eingebettet. Der FESZ hatte als weitere gezielte Maßnahme des Protestes gegen die staatlichen Kürzungen ein „Manifest“ an ausländische Theaterinstitutionen und Medien verschickt: „Bitte behalten Sie die Lage in Ungarn im Auge“⁷⁹⁸, wie im Blog der Staatsoper zu lesen ist. In diesem Manifest „Announcement on Bleeding Independent Theatres dry in Hungary“ erläutert der FESZ der internationalen Theateröffentlichkeit die Details des Protestes und die Forderungen, die die ungarische Öffentlichkeit bereits kannte, entweder durch die schon zwei Wochen vorher auf YouTube einsehbaren Protestvideos oder durch die ungarische Medienberichterstattung.

Die Internetnutzer/innen werden als zusätzliche Protestakteur/innen zum FESZ nicht nur auf der neu gegründeten Facebook-Seite zur Unterstützung des Protestes in der Netzwerköffentlichkeit sichtbar, sondern auch über ihre Videokommentare auf YouTube und wirken als Multiplikator/innen. Der Kommentarbereich der Protestvideos des FESZ wurde zwar nicht besonders ausgiebig genutzt, im Gegensatz zum regierungskritischen Video *NTR* von 2011, das in Kapitel 5 vorgestellt wurde: Das Video *FESZ 1 lang* hat nur 43, das Video *FESZ 1 kurz* nur 31 Kommentare erhalten.⁷⁹⁹ Dennoch haben die Videos eine große Wirkung als Knotenpunkte der entstandenen Netzwerköffentlichkeit erzielt, woran deutlich wird, dass die Resonanz

⁷⁹⁴ Vgl. das eingebettete Video in: Katalin Szemere: „A pályázóktól vonja el a legtöbbet a kulturális állam-titkárság“ [Der Kulturstaatssekretär kürzt das Meiste bei der Freien Szene]. In: *nol.hu* (08.11.2012), online unter: http://nol.hu/kultura/a_palyazoktol_vonja_el_a_legtobbet_a_kulturalis-allamtitkarsag-1344877 und vgl. die Meldung und das Video auf *fidelio.hu*: O.V.: „Csatasorban a függetlenek“ [Die Freie Szene im Kampf]. In: *fidelio.hu* (08.11.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhaz/hirek/csatasorban_a_fuggetlenek-sowie-O.V.:_Videoban_titakoznak_a_fuggetlenek [Die Freie Szene protestiert mit einem Video.]. In: *Magyararancs.hu* (08.11.2012), online unter: <http://magyararancs.hu/szinhaz2/video-ban-titakoznak-a-fuggetlenek-82436>.

⁷⁹⁵ Vgl. die deutsche Meldung: O.V.: „Vor dem Begräbnis“. In: *nachtkritik.de* (27.11.2012), online unter: http://nachtkritik.de/index.php?option=com_content&view=article&id=7501&catid=126&Itemid=67 sowie den bereits erwähnten Artikel in *Theater heute* von Januar 2013: Tompa: „Gehen oder Bleiben?“.

⁷⁹⁶ Vgl. die Facebook-Seite seit 12.11.2012 online unter: <https://www.facebook.com/nezokEs-Fuggetlenek/info>.

⁷⁹⁷ O.V.: „Egy lájk, néhány jó szó – a Facebookon küzdenek a FESZ-ért“ [Ein Like, ein paar gute Worte – auf Facebook kämpfen sie für den FESZ]. In: *hvg.hu* (13.11.2012), online unter: http://hvg.hu/kultura/20121113_fesz_facebook.

⁷⁹⁸ Árpád Schilling: „Zur Situation der freien Theater in Ungarn“. In: *Blog der Bayerischen Staatsoper München* (22.11.2012), online unter: <http://blog.staatsoper.de/blog/zur-situation-der-freien-theater-in-ungarn>. Auszüge

aus dem Manifest sind auch im Theaterportal *nachtkritik.de* zu finden, vgl. Esther Sievogt: „Ungarns Freie Szene ruft um Hilfe“. In: *nachtkritik.de* (28.11.2012), online unter: http://nachtkritik.de/index.php?option=com_content&view=article&id=7505%3Afreie-theaterszene-ungarns-am-abgrund&catid=126%3Ameldungen&Itemid=67.

⁷⁹⁹ Stichtag der Auswertung der Kommentare ist der 14.12.2012. Wie die tagesaktuellen Videostatistiken zeigen, sind danach kaum weitere Kommentare hinzugekommen, die Anzahl der angezeigten Kommentare hat sich sogar reduziert, da das Interface der YouTube-Website seitdem mehrmals verändert wurde und nun die Spuren von „entfernten Kommentaren“ oder „als Spam gekennzeichneten“ Kommentaren nicht mehr sichtbar sind. Am 11.02.2015 sind zum Video *FESZ 1 lang* 30 Kommentare und zum Video *FESZ 1 kurz* 26 Kommentare sichtbar.

der Öffentlichkeit sich nicht immer in der Anzahl der Kommentare niederschlägt, sondern die qualitative Auswertung der Kommentare in Ergänzung zur quantitativen Auswertung insbesondere in diesem Fall unverzichtbar ist und wertvolle Erkenntnisse liefert.

In den einzelnen Kommentaren zu den beiden Videoversionen *FESZ 1 lang* und *FESZ 1 kurz* konnten sechs Codes identifiziert werden, deren relative Häufigkeiten je Video im Farbdigramm 4 zu sehen sind und kurz vorgestellt werden. In den 43 Kommentaren, die zwischen 07. November und 14. Dezember 2012 zu *FESZ 1 lang* gepostet wurden, konnten im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse 67 Kommentarinhalte codiert werden, in den 31 Kommentaren im gleichen Zeitraum zu *FESZ 1 kurz* 49 Kommentarinhalte. Wie bereits bei den Inhaltsanalysen der Kommentare in den Kapiteln 4 und 5 war bei der Codierung die Frage entscheidend, wie die in Tabelle 3 in Kapitel 6.2.1 gelisteten Protestakteur/innen im Rahmen der Videokommentare in Erscheinung treten.

Der Code, der den Akteur ‚FESZ im Video‘ erfasst, macht mit 45% und 43% jeweils fast die Hälfte aller Kommentarinhalte zu den beiden Videoversionen aus, während die Kulturpolitik des Ministeriums (Code ‚EMMI‘) zum Video *FESZ 1 kurz* in 25% der Kommentarinhalte und zum Video *FESZ 1 lang* nur in 13% thematisiert wurde. Die beiden Codes mit den geringsten Häufigkeiten, ‚Rassistische Kommentare‘ und ‚Kritik an der Gesellschaft‘, wurden als offene Codierungen aus dem Material heraus zusätzlich zu den akteurszentrierten Codes identifiziert. Im Codierprozess ergab sich, dass die Kritik an anderen Kommentator/innen, wie in Kapitel 5, einherging mit der Kritik an der Gesellschaft. Dass das Thema ‚Politik allgemein‘, bezogen auf Ungarn und das Ausland, ausgiebig diskutiert wurde, ist bei den explizit kulturpolitisch ausgerichteten Protestvideos naheliegend.

Im Rahmen des Codes ‚FESZ im Video‘ wurden verschiedene Subcodes als Unterkategorien vergeben: Neben der ‚Zustimmung zu FESZ‘ (18% bei *FESZ 1 lang* und 6% bei *FESZ 1 kurz*) übt die YouTube-Öffentlichkeit im Rahmen der Kommentare Kritik am FESZ als

Akteur des initiierten Videoprotestes. Diese Kritik, die insgesamt 27% bei *FESZ 1 lang* und 31% bei *FESZ 1 kurz* ausmacht, verteilt sich auf verschiedene Argumente, die als Subcodes vergeben wurden und im Folgenden anhand von Kommentarbeispielen skizziert werden.⁸⁰⁰

⁸⁰⁰ Siehe die Auflistung der Häufigkeiten dieser Subcodes in Anhang C), Tabelle TC1.

Ähnlich zur Kritik am Musikvideo *NTR* gegen die ungarische Regierung in Kapitel 5 wird die fehlende Glaubwürdigkeit der Akteur/innen im Verhältnis zur gesamten schwierigen Lebenssituation in Ungarn kritisiert und der FESZ sofort mit der linken Opposition, der Partei MSZP, in Verbindung gebracht. Wie in Kapitel 5 gewährt auch diese empirische Auswertung der Kommentarinhalte einen Einblick in einzelne Denkstrukturen der ungarischen Gesellschaft und in die tief verankerte Zuordnung jeglicher öffentlicher Themen und Akteur/innen zu einem der beiden, entweder links oder rechts orientierten politischen Lager, ohne dass es eine politische Mitte gibt. Die Kritiker/innen des Theaterprotestes des FESZ wenden dieselben rhetorischen Kommentarstrategien an wie die Kommentator/innen des regierungskritischen Videos *NTR*:

Kommt es nur mir komisch vor, dass sie bisher kein Problem mit der Regierung hatten, nur jetzt, wenn ihr eigener Hintern in Gefahr ist, rühren sie sich. Als ob ihre bisherigen Tätigkeiten so sinnvoll und erfolgreich gewesen wären. (Nutzer/in Takesz91 zu FESZ 1 lang, 2012)

IHR KÖNNT GEHEN, ENDLICH..... (Nutzer/in INID DragDancer zu FESZ 1 lang, 2012)⁸⁰¹

⁸⁰¹ Dieser Kommentar spielt auf eine Rede des ehemaligen Ministerpräsidenten Ferenc Gyurcsány an, vgl. dazu auch Kapitel 5.3.3.1.

Der/die folgende Kommentator/in kritisiert die Proteste des FESZ mit den Argumenten und Vergleichen, die die Gegner/innen von staatlicher Kulturförderung in solchen Diskursen häufig einbringen:

Dieses Gerede um Kultur sieht für mich fadenscheinig aus. Ja, das ist auch wichtig, aber ich gehe ja nicht mal mehr gern zum Arzt, weil die Situation überall so deprimierend ist, ganz zu schweigen von der Bildung. Sie tun so, als wären nur sie in einer schwierigen Situation, dabei ist das ganze Land in Schwierigkeiten. Viele verlieren ihre

Arbeit oder werden sie noch verlieren. Traurig aber wahr. Finde Dich damit zurecht, wie der Rest der arbeitenden Bevölkerung auch. Jammer kann jeder! (Nutzer/in Takesz91 zu FESZ 1 lang, 2012).

Neben diesen Kommentator/innen sind es vor allem die Nutzer/innen Szaffi77, ForKurt20, strehov und Márton Kis-Várday (zum Video *FESZ 1 lang*) sowie bajergabajerga und Szgerle (zum Video *FESZ 1 kurz*), die den Videoprotest des FESZ kritisieren und hier neben der Videoaussage auch die Legitimation von Fördergeldern für die „sich als unabhängig deklarierende“ Freie Szene in Frage stellen. Dieser Subcode macht mit 15% zum Video *FESZ 1 kurz* und 9% zum Video *FESZ 1 lang* den größten Anteil innerhalb der Kritik am FESZ aus.

Folgender Kommentar zeigt die auf die Kritik der Protestakteur/innen folgende kritische Reflexion des Kommentarbereichs, der zugleich eine Kritik an der ungarischen Gesellschaft ist und im gleichnamigen Code erfasst wurde:

Die vielen ignoranten Kommentare machen mich furchtbar traurig. Sie sind ein wunderbares Beweisstück dafür, in welche Richtung die Gesellschaft sich entwickelt: ‚wir brauchen die Kultur nicht! Gebt uns lieber gleich das Geld, das wir für diese Subventionen zahlen.‘ Solche Kommentare machen einen traurig. (Nutzer/in swallowwingsfly zu Video FESZ 1 kurz, 2012)

Der Subcode ‚Zustimmung zu FESZ‘ macht mit 18% innerhalb der Kommentare zum Video *FESZ 1 lang* den größten Anteil des Codes ‚FESZ im Video‘ aus, bei *FESZ 1 kurz* liegt der Anteil hingegen nur bei 6%. Durch die Argumente, die die Nutzer/innen im Rahmen dieser Kommentarinhalte in den Diskurs einbringen, bekräftigen sie die Kritik an der Kulturpolitik des EMMI anhand ihrer Auseinandersetzung mit anderen Kommentator/innen:

Márton Kis-Várday, hast du Dir das Video angeschaut, ist bei Dir das Problem überhaupt durchgedrungen? Wir können (und müssen) sehr wohl darüber sprechen, für was wir Geld ausgeben sollen, ob wir Freie

Theater und Kultur brauchen, aber hier geht es um etwas anderes, nämlich um den Dilettantismus derjenigen, die Macht ausüben und/oder um politischen Zynismus. (Nutzer/in Szarvas Times zu FESZ 1 lang, 2012)

Es geht auch darum, dass zum Beispiel bereits zugesagte Gelder bis zu einem halben und einem ganzen Jahr zu spät ausgezahlt werden oder ganz verschwinden, dass sich die Versprechungen der Kulturpolitiker in Nichts auflösen, dass auf Basis von politischen und persönlichen Befindlichkeiten Kulturinstitutionen ausgetrocknet werden und vieles mehr. (Nutzer/in Szarvas Times zu FESZ 1 lang, 2012)

Ihr könnt die Kultur nicht aufrechnen. Hier kann man keine Buchhaltung machen und eine Zahl von der anderen abziehen, damit Du dann am Schluss entscheiden kannst, ob es sich lohnt, weiter zu machen oder nicht. Das ist kein Eisenhändler, den wir zu machen, wenn er nicht rentabel ist. Die Leute im Film repräsentieren den geistigen Wert eines ganzen Landes. [...] (Nutzer/in Árpád Horváth Gallo zu FESZ 1 lang, 2012)

Während der letzte Kommentar damit argumentiert, dass der Wert von Kultur gar nicht erst in Zahlen gemessen werden könne, zeigt der/ die folgende Nutzer/ in auf, dass die im Video agierenden Künstler/ innen beim Publikum durchaus sehr erfolgreich sind und vor permanent ausverkauften Vorstellungen spielen:

[...] Nehmen wir doch mal die Vorstellungen von Béla Pintér – sie sind Wochen vorher ausverkauft. Sollen sie die Karten teurer verkaufen? Diesen Betrag wird der Zuschauer aber nicht bezahlen können, vor allem wenn in anderen Theatern die Karten billiger sind. Mit unseren Steuergeldern MÜSSEN wir die Kultur fördern. (Nutzer/in swallow-wingsfly zu FESZ 1 kurz, 2012)

Ebenso kommt nur durch die Nutzer/innen das bereits in Kapitel 6.1 erwähnte Theatergesetz zur Sprache, dass das Ministerium verabschiedet hat:

Diese Künstler haben schon genug vorgewiesen und müssen nicht erklären, warum es wichtig ist, was sie machen. Was das Wichtigste ist: Laut dem Theatergesetz steht ihnen die Förderung zu, sie wurde ihnen auch schon zugesichert, sie haben sie nur nicht erhalten. Im Vergleich mit dem Opernhaus ist das wirklich Kleingeld, was hier ausgezahlt werden müsste. Und dort muss man ja auch Einiges für die Karten ausgeben, und da könnte sich der Betrieb auch nicht selbst tragen. (Nutzer/in warbaby78 zu FESZ 1 lang, 2012)

Im Rahmen dieser Kritik an anderen politischen Ausgaben kritisieren die Nutzer/innen zum Beispiel auch den sehr teuren und umstrittenen Bau des neuen Fußballstadions in der Heimatstadt des Ministerpräsidenten Orbán.⁸⁰²

⁸⁰² Vgl. dazu u.a. Gregor Mayer: „Orbán schenkt sich ein Stadion“. In: *derStandard.at* (22.04.2014), online unter: <http://derstandard.at/1397521320022/Orban-schenkt-sich-ein-Stadion>.

Apropos, dann glaube ich, sind wir uns darin einig, dass wir dem Fußball im Heimatdorf des Ministerpräsidenten keine Zuschüsse mehr zahlen müssen? Was solch ein unverschämter Diebstahl ist, aber ich will nicht vom Thema ablenken: Der Fußball soll sich über die vielen Zuschauer und die Eltern der Kinder selbst finanzieren. (Nutzer/in okezsoko zu FESZ 1 kurz, 2012)

Dieser Subcode ‚Kritik an anderen politischen Ausgaben‘ macht zum Video *FESZ 1 lang* bis zu 18% und zum Video *FESZ 1 kurz* 8% aller Kommentarinhalte aus. Der Subcode ist dem Code ‚Politik allgemein (Ungarn und Ausland)‘ untergeordnet.⁸⁰³ Während dieser Code bei den Kommentarinhalten zum Video *FESZ 1 kurz* komplett aus dem Subcode ‚Kritik an anderen politischen Ausgaben‘ besteht und somit insgesamt nur 8% der Kommentarinhalte einnimmt, macht er beim Video *FESZ 1 lang* insgesamt bis zu 27% aus. Der Code subsumiert hier neben dem Subcode ‚Kritik an anderen politischen Ausgaben‘ (18%) die beiden weiteren Subcodes ‚Kritik an der Partei MSZP‘ (3%) und ‚Politik im Ausland‘ (6%). Der letztgenannte Subcode vereint Kommentare von Nutzer/innen, die die Kulturpolitik im europäischen Ausland als Vorbild heranziehen, um die Argumente des FESZ in ihrem Protestvideo zu untermauern:

⁸⁰³ Siehe die Codehäufigkeiten der Subcodes im Code ‚Politik allgemein (Ungarn und Ausland)‘ im Anhang C), Tabelle TC2.

@Szafi77: Die Freien Theater machen das, worin du lebst: die ungarische Kultur. Dies ist ein Land mit circa 10 Millionen Einwohnern, es gibt keine Kaufkraft für Kultur und auch größere Länder geben erheblich mehr Geld für Kultur aus (Frankreich, Deutschland usw.) weil die Kultur nicht nur gut ist, sondern einer der wichtigsten Bereiche deines Lebens. Woraus soll sich deiner Meinung nach der Staat sonst noch rausziehen? Aus der Bildung? Aus dem Gesundheitswesen? (Nutzer/in zathureczky zu FESZ 1 lang, 2012)

Der große Unterschied der Häufigkeiten des Codes ‚Politik allgemein (Ungarn und Ausland)‘ zwischen beiden Videos – 8% bei *FESZ 1 kurz* versus 27% bei *FESZ 1 lang* – könnte damit zusammenhängen, dass beim Video *FESZ 1 lang* mehrere der Kommentarinhalte im Code ‚Politik allgemein‘ von außerhalb der Theateröffentlichkeit kommen, da zum Beispiel im Online-Magazin *Magyarnarancs* die lange Version *FESZ 1 lang* statt der kurzen Version des Videos eingebettet wurde.

Einige Nutzer/innen setzen sich nicht nur mit den Narrativen *im* YouTube-Video des FESZ auseinander, sondern thematisieren dessen Entscheidung für YouTube als Plattform des Protestes. Diese Kommentare machen beim Video *FESZ 1 lang* 15% und bei *FESZ 1 kurz* 12% aller Kommentarinhalte aus, wobei hier auch jene Kommentare erfasst sind, die entfernt wurden, aber deren Spuren noch mit dem Hinweis „Kommentar wurde entfernt“ beziehungsweise „als Spam gekennzeichnet“ sichtbar sind. Manche Nutzer/innen, die YouTube als gewählte Protestplattform kommentieren, leiten die Leser/innen der Kommentare weg vom Protestvideo des FESZ und hin zur Diskussion über die Videoantwort des Ministeriums: Dieses hat auf das YouTube-Video des FESZ mit einem eigenen Video reagiert und als Akteur den Diskurs über die Forderungen der Freien Szene bewusst in der YouTube-Öffentlichkeit fortgeführt. Die Kommentarfunktion wurde bei diesem Video allerdings vom Ministerium deaktiviert. Allein durch die Handlungsinitiative der Nutzer/innen wird das Video des FESZ mit einer *kommentierbaren Kopie* der Videoantwort des Ministeriums verknüpft. Damit wird neben der Diskursebene der Videos auch die

Ebene der Kommentare für die Reaktionen der YouTube-Öffentlichkeit auf das Video des EMMI aufrechterhalten:

Hier ist die kommentierbare Videoantwort: youtube.com/watch?v=ITaB0eVoHVQ. Es sagt schon viel aus, dass die Originalversion nicht kommentiert werden kann. (Nutzer/in Szarvas Times zu FESZ 1 lang, 2012)

Hey, hier kann man kommentieren, in der Version des Ministeriums nicht. (Nutzer/in Bpguy38 zu FESZ 1 kurz, 2012)

6.2.3 Das Ministerium weicht dem Diskurs aus: die Videoantwort des EMMI mit deaktivierter Kommentarfunktion

Bereits drei Tage nach dem Upload des Protestvideos des FESZ hat das EMMI am 10. November 2012 eine an FESZ gerichtete Videoantwort in einem eigens eingerichteten YouTube-Kanal mit dem Namen *sajtó EMMI* [Presse EMMI] hochgeladen, das 13.839 Aufrufe erhalten hat.⁸⁰⁴ Für dieses Video ist die Kommentarfunktion deaktiviert worden.⁸⁰⁵ Die YouTube-Öffentlichkeit ließ sich den Diskurs jedoch dadurch nicht verbieten und lud – ähnlich der Reaktion auf das von Nestlé gesperrte Protestvideo von Greenpeace in Kapitel 4 – eine eigene Kopie der Videoantwort des Ministeriums auf YouTube hoch, die wiederum kommentiert werden kann.⁸⁰⁶ Das Ministerium wird im Video des FESZ nicht direkt benannt und inszeniert sich mit diesem Video im Gegensatz zum von Greenpeace kritisierten Unternehmen Nestlé als *freiwilliger* Akteur innerhalb der entstandenen Gegenöffentlichkeit der kulturpolitischen Proteste auf YouTube.

Das Antwortvideo mit dem Titel *Reálisan a kultúra finanszírozásáról 2012* [Realistisches über die Kulturförderung 2012] (im Folgenden *Emmi-Video* genannt) ist allerdings eine reine Auflistung von Fakten aus der Perspektive des Ministeriums, kein konstruktiver Dialog im Sinne einer Antwort auf das Protestvideo des FESZ, dessen Kritikpunkte nicht aufgegriffen oder gar reflektiert werden. Auch eine begründete Stellungnahme zur verzögerten Bereitstellung

⁸⁰⁴ Zum Vergleich anbei die bereits erwähnte Anzahl der Aufrufe der Protestvideos des FESZ: die lange Videoversion wurde 14.410-mal aufgerufen, die kurze Version bis zu 17.842-mal.

⁸⁰⁵ Vgl. das Video *Reálisan a kultúra finanszírozásáról 2012* [Realistisches zur Kulturförderung 2012], seit 10.11.2012 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/ITaB0eVoHVQ>. Das Video wurde wie das Video des FESZ auf der Website *fidelio.hu* eingebettet, vgl. O.V.: „Viszontválasz a FESZ tiltakozására” [Antwort auf die Proteste des FESZ]. In: *fidelio.hu* (10.11.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhez/hirek/viszontvalasz_a_fesz_tiltakozasara.

⁸⁰⁶ Vgl. das Video *Kommentelő: Reálisan a kultúra finanszírozásáról 2012* [Kommentierbares Realistisches zur Kulturförderung 2012] im YouTube-Kanal von Nutzer/in Demo Kraciat, seit 10.11.2012 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/Fe8Um2isqPU>. Die ausgewerteten Kommentare beziehen sich auf diesen Link.

der zugesicherten Zuschüsse für das laufende Jahr 2012 erfolgt nicht. Das Paradoxe dieser Videoantwort besteht darin, dass sie nicht nur durch die deaktivierte Kommentarfunktion einen Monolog darstellt, sondern, dass auch durch die Narrative im Video selbst der Dialog mit den Protestakteur/innen des FESZ verweigert wird. Statt einer aktiven Auseinandersetzung mit der Kritik des FESZ folgt im 03:39 Minuten langen Video eine Aufzählung der vom EMMI geförderten kulturellen Einrichtungen, ohne die Argumente mit konkreten Zahlen und Fördersummen zu belegen oder sie in ein Verhältnis zueinander zu setzen.

Der damalige Staatssekretär János Halász, die damalige stellvertretende Kulturstaatssekretärin Judit Hammerstein, der damalige Kulturstaatssekretär László L. Simon und András Cser-Palkovics, der damalige Vorsitzende des Ausschusses für Kultur und Medien im ungarischen Parlament, betonen, dass das EMMI nicht nur für einen einzigen Bereich, sondern für eine Vielzahl verschiedener Einrichtungen verantwortlich sei und bei den geförderten Projekten und Einrichtungen durchaus auch freie Theatergruppen vertreten seien. Judit Hammerstein erklärt, dass 2012 sogar das erste Jahr sei, in dem Mitglieder des FESZ gefördert würden.⁸⁰⁷ Das bezeichnet Árpád Schilling, stellvertretend für den FESZ, in einer öffentlichen Stellungnahme zur Videoantwort des EMMI als zynisch, da sich der FESZ ja erst zum 01. Januar 2012 aus dem vorherigen Verband Freier Theater, dem FSZSZ, neu formiert hatte.⁸⁰⁸ Die Protagonist/innen des Videos zählen die verschiedenen regulären Förderaktivitäten des Ministeriums auf: László L. Simon erwähnt unter anderem das Ungarische Nationalmuseum, das Nationaltheater und die Széchényi-Nationalbibliothek in Budapest als staatliche Institutionen, die „neben Hunderten von Sammlungen, Kultureinrichtungen und Theaterhäusern finanziert werden müssen“⁸⁰⁹ (siehe Abbildung 5).

⁸⁰⁷ Vgl. Judit Hammerstein in Min 00:16–00:40.

⁸⁰⁸ Vgl. O.V.: „Reagálás az EMMI videóüzenetére“ [Reaktion auf die Videobotschaft des EMMI]. In: *fidelio.hu* (12.11.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhez/hirek/reagalas_az_emmi_videouzenetere.

⁸⁰⁹ László L. Simon in Min 00:54–1:00.

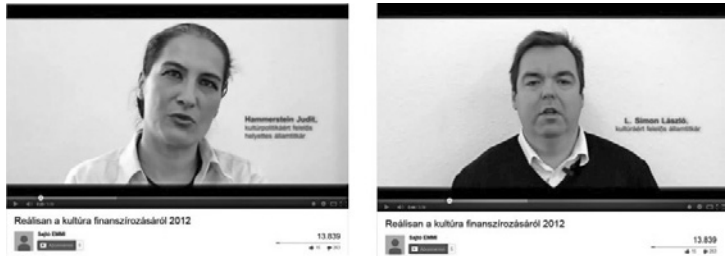


Abbildung 5: Screenshots aus der mimetischen Videoantwort des EMMI vom 20.11.2012 als Reaktion auf das Protestvideo des FESZ auf YouTube

János Halász ergänzt die finanziellen Ausgaben für die Übersetzungen ungarischsprachiger Literatur, die Renovierung von Programmkinos, die Finanzierung von Auslandsreisen ungarischer Künstler/innen sowie „zahlreiche Initiativen von Vereinen inklusive Theatergruppen“⁸¹⁰. András Cser-Palkovics sagt, es würden alle Bereiche der ungarischen Kultur von der Regierung berücksichtigt, denn sowohl die Stadtkultur „von Oper bis Szenekneipe“ als auch Museen, Theater, Volkstanz, Kleinkunst und Handwerk im Umland und „das Kulturgut von im Ausland lebenden ungarischen Minderheiten“⁸¹¹ werde gefördert. Dabei nennt er jedoch keine konkreten Fördersummen oder Budgetverteilungen, die den relativen Anteil der Freien Theaterszene und die Kürzungen offenlegen würden. Judith Hammerstein nutzt als rhetorische Strategie den Konjunktiv und versichert, dass das EMMI „gerne denjenigen mehr Mittel geben würde, die es verdient hätten, durch die Einsparungen sei es ihnen aber nicht möglich“⁸¹². In diesem Kontext wird die bereits in den Kommentaren der Protestgegner/innen zum Video des FESZ thematisierte Schuldzuweisung in Richtung der letzten Regierung der MSZP (2002 bis 2010) im Video des EMMI fortgeführt: János Halász warnt, dass Ungarn dreimal so hohe Schuldentilgungen zu leisten habe wie seine Nachbarländer. Die Einsparungen seien „diesem Umstand zu verdanken“⁸¹³, womit er gezielt die Vorgängerregierung meint. László L. Simon bekräftigt dieses Argument, indem er fordert: „20 Jahre nach dem Ende des Sozialismus

⁸¹⁰ János Halász in Min 01:01–01:19.

⁸¹¹ András Cser-Palkovics in Min 01:34–02:01.

⁸¹² Judith Hammerstein in Min 02:02–02:12.

⁸¹³ János Halász in Min 02:31–02:48.

kann die Erhaltung von künstlerischen Einrichtungen nicht allein die Pflicht des Staates sein“, denn „neue Initiativen seien nur dann zukunftssträchtig, wenn neben staatlichen Finanzierungsquellen, neben Steuergeldern auch auf den erfolgreichen Kartenverkauf gezählt werden könne“⁸¹⁴. Wie im Video des FESZ bildet die Schlussequenz der Videoantwort des EMMI ein Statement in Gebärdensprache, das hier allerdings mit Untertiteln versehen wurde⁸¹⁵ und auf das der ebenfalls mimetisch an das Video des FESZ angelehnte Closer – schwarze Schrift auf weißem Hintergrund statt weißer Schrift auf schwarzem Hintergrund – mit dem Schriftinsert „Emberi Errőforrasok Ministeriuma 2012“ [Ministerium für Humanressourcen 2012] folgt.

Das EMMI wollte nach eigener Aussage mit diesem Video mit derselben Kommunikationsform wie der FESZ auf dessen Forderungen reagieren. Mehr als 10.000 Menschen hätten das Video gesehen, und die Resonanz der Presse sei vermutlich auch größer gewesen als bei einer Antwort in Briefform.⁸¹⁶ Der Online-Auftritt des als unabhängig und liberal geltenden Wochenmagazins *hvg* veröffentlichte zum Beispiel Zitate jener Videoakteur/innen, die das EMMI vertreten, und titelte: „Die Regierung schlägt mit der ‚Die-vergangenen-acht-Jahre‘-Rede zurück.“⁸¹⁷ Damit legt das Magazin die Rechtfertigungsstrategie des Ministeriums offen, das sich in seinem Antwortvideo durch den Verweis auf die Vorgängerregierung der MSZP der Verantwortung für die eigene, gegenwärtige Kulturpolitik entzieht.

Der/die Nutzer/in Demo Kraciat ermöglicht durch seinen eigenen Upload einer kommentierbaren Videokopie, dass die YouTube-Öffentlichkeit auf das Video des Ministeriums reagieren kann. Auch diese 25, also recht wenigen, Videokommentare leisten einen Beitrag zum Protestnetzwerk, da sie die Handlungsinitiativen der Akteur/innen auf der Diskursebene der Kommentare widerspiegeln, wie Farbdigramm 5 zeigt. Den größten Anteil der Kommentarinhalte macht mit 67% der Code ‚Video des Emmi‘ aus, in dem zugleich auch die Inhalte zum Akteur EMMI selbst codiert wurden, da eine Trennung hier genauso wenig Sinn gemacht hätte wie eine Trennung zwischen

⁸¹⁴ László L. Simon in Min 02:49–03:09.

⁸¹⁵ Der Inhalt der Schlussequenz besagt, dass „in der gegenwärtigen Krisensituation in Ungarn jeder Einzelne Opfer erbringen müsse, um auf lange Sicht in einem starken, unabhängigen Land mit ausreichendem gemeinschaftlichen Budget für Kultur leben zu können, in dem die zeitgenössische Kunst ein offenes, interessiertes, zahlungskräftiges Publikum hat“ (Min 03:11–03:35).

⁸¹⁶ Vgl. O.V.: „Januárra ígért a függetlenek kifizetését“ [Den Freien wurde die Auszahlung ihrer Zuschüsse für kommenden Januar versprochen]. In: *fidello.hu* (16.11.2012), online unter: http://fidello.hu/szinhez/hirek/januarra_igerik_a_fuggetlenek_kifizetese.

⁸¹⁷ Vgl. O.V.: „Elmúlt nyolc évezés-sel vág vissza a kormány a független színházaknak“ [Die Regierung schlägt mit der ‚Die-vergangenen-acht-Jahre‘-Rede zurück]. In: *hvg.hu* (10.11.2012), online unter: http://hvg.hu/kultura/20121110_Video_elmultnyolcevezessel_vag_vissza_a_k.

dem Protestvideo des FESZ und dem FESZ als Akteur in Kapitel 6.2.2. Der Subcode mit der Zustimmung zur Kulturpolitik des EMMI macht nur 4% aller Kommentarinhalte aus, während 63% verschiedene Kritikpunkte am EMMI beinhalten. Diese wurden auf die fünf im Farbdigramm 5 aufgelisteten Subcodes aufgeteilt: Den größten Anteil macht mit 23% die inhaltliche Kritik an der aktuellen, von Fidesz gesteuerten Kulturpolitik des EMMI aus. Diese wird mehrmals genannt, zusammen mit der Kritik an einem der bereits genannten Narrative im Video des EMMI, mit dem das Ministerium im Video die anstehenden Kürzungen bei der Freien Szene rechtfertigt, nämlich mit den angehäuften Schulden der Vorgängerregierung MSZP. Dieser Subcode wurde an 7% der Kommentarinhalte vergeben.

Es ist mühsam, anzuschauen[...] wie jeder der Protagonisten genau mit den gleichen Worten und Formulierungen sagt, dass die letzte Regierung die Zurückzahlung der Schulden genau auf den heutigen Zeitraum gesetzt hatte, oder wie sie nie auf die eigentlichen Fragen antworten und Nebensächliches sagen. Ich glaube nicht, dass die Leute Böses wollen, sie fühlen sich bestimmt der Kultur verpflichtet, aber die Parteihörigkeit ist sichtbar stärker. (Nutzer/in Szarvas Times zu EMMI-Video, 2012)

Ich würde gerne von den sich äussernden verantwortlichen Politikern wissen, ob man es nicht früher hätte voraussehen können, dass die Einsparungen ein Resultat der Schuldenanhäufungen der letzten Regierung (sprich: der letzten acht Jahre) sind? Gerade Sie? Vielleicht nicht Anfang des Jahres, aber sagen wir mal zur Jahreshälfte, als die Fördermittel ausgeschrieben wurden? Oder Mitte September, als die Ergebnisse verkündet wurden? Wäre es nicht respektvoller gegenüber den Bewerbern gewesen, wenn Sie vorab weniger Zuschüsse versprechen, aber die dann auch ausbezahlen, wenn auch verspätet? Jetzt müsste man hier nicht mit Videos ankommen... (Nutzer/in maszkszed zu EMMI-Video, 2012)

Wie der letzte Kommentar schon andeutet, prangern mehrere Nutzer/innen das Antwortvideo und die verzögerten Auszahlungen als Machtspiel des EMMI gegen den FESZ an, das von „Zynismus“ geprägt sei:

Es ist schmutziger Zynismus von Seiten der Macht, ein aus Verzweiflung geborenes Video zu parodieren. (Nutzer/in Shaku Echo zu EMMI-Video, 2012)

Die Verantwortlichen der ungarischen Kultur haben ein wahnsinnig zynisches und verlogenes Video erstellt.... Aber was bezwecken sie damit? Es gibt auf YouTube zwar viele Trolls, es ist aber nicht der Lieblingsort von fanatischen Fidesz-Anhängern, die ihren Verstand verloren haben [...]. Wem sonst kann man das hier unterjubeln? [...] Es geht um Steuergelder, eine Schande! (Nutzer/in Márton Németh zu EMMI-Video, 2012)

Wie diese beiden Kommentare deutlich machen, wird neben der Kulturpolitik des EMMI auch dessen Handlungsinitiative auf YouTube scharf kritisiert. In 9% aller Kommentarinhalte monieren die Nutzer/innen, dass mit der gewählten Kommunikationsform der *Videoantwort* ein direkter Dialog ausgeschlagen wurde, den der FESZ zuvor durch offene Briefe angestrebt hatte. Mit dem Video und seiner deaktivierten Kommentarfunktion reagiere das EMMI zwar, aber es biete keine Antworten auf die Fragen des FESZ und initiiere keinen Diskurs über die Inhalte. Die folgenden Nutzer/innen drücken in ihrer Kritik des EMMI ihre Zustimmung zum FESZ direkt aus, die fast den gesamten Inhalt des Codes ‚FESZ‘ ausmacht, der 16% aller Kommentarinhalte entspricht.

Das Witzige ist, dass dieses Video als Parodie durchgehen würde. Wenn mir jemand sagen würde, die Leute machen nur Spaß, würde ich es glauben. Neben dem ganzen Gerede fällt mir auch das Ablesen vom Teleprompter und der sinnlose Einsatz der Gebärdensprache am Ende des Videos besonders auf. Eine Schande. Das zeichnet diese Leute aus und diejenigen, die die Idee hatten, nach sieben unbeantworteten

Briefen an das Ministerium in diesem Medium zu antworten. Ihr seid echt peinlich (Nutzer/in Lilla Péteri zu EMMI-Video, 2012)

Sie können [vom Teleprompter, I.C.] ablesen, weil sie Dienst nach Vorschrift machen. Die Freien Theatermacher haben nicht abgelesen, sie haben gesagt was sie denken! (Nutzer/in Matyas Sallaivor zu EMMI-Video, 2012)

Die Kommentator/innen kritisieren die Videoästhetik und insbesondere das vermeintlich offensichtliche, sture Ablesen der Texte vom Teleprompter durch die Akteur/innen in *EMMI-Video*. Diese Kritik an der Videoästhetik trifft als Subcode auf 12% aller Kommentarinhalte zu. Außerdem kritisieren die Nutzer/innen EMMIs Strategie der – gescheiterten – Mimesis in Bezug auf das Video des FESZ: Der Einsatz der Gebärdensprache in der Schlusssequenz von *EMMI-Video* ist eine mimetische Anspielung auf die letzte Sequenz im Video des FESZ, in der der Choreograph Pál Frenák in Gebärdensprache mit den Rezipient/innen kommuniziert, wie Abbildung 6 zeigt.



Abbildung 6: Screenshots aus der mimetischen Videoantwort des Ministeriums EMMI (rechts), in der der Einsatz der Gebärdensprache im Protest-video des FESZ imitiert wird (beide Videos auf YouTube)

Dieser starke intertextuelle Bezug, den das EMMI zu den Narrativen im Video des FESZ herstellt, wird von den Kommentator/innen strikt abgelehnt. Damit macht sich das Ministerium in seiner Argumentation noch angreifbarer, wie aus den Kommentarinhalten hervorgeht:

Die Imitation durch die Akteur/innen des EMMI bezeuge, dass diese den Choreographen Pál Frenák und dessen persönlichen und theater-ästhetisch relevanten Bezug zur Gebärdensprache nicht kennen, wie der/die folgende Nutzer/in verärgert feststellt, der/die daraufhin in seinem Kommentar die Akteur/innen in *EMMI-Video* direkt anspricht:

Es ist nicht nur tragisch, dass ihr nicht mal vom Teleprompter ablesen könnt, sondern ihr habt auch keine Ahnung, warum ihr den Dolmetscher für Gebärdensprache an das Ende eures bestellten Videos gesetzt habt. Ihr wisst nicht, warum Pál Frenák im Video des FESZ Gebärdensprache nutzt. Die Lösungen findet ihr genau in den von euch vernichteten Stücken der Freien Szene und auf Festivals im Ausland. (Nutzer/in Eli Alwin zu EMMI-Video, 2012)

Auch Vertreter des FESZ kritisieren auf der Diskursebene der Kommentare offen die Handlungsinitiative des Akteurs EMMI auf YouTube und melden sich mit Klarnamen im Nutzerprofil zu Wort, wie zum Beispiel Tamás Fodor vom Theater Studio ‚K‘ in Budapest, der ebenfalls das Ablesen vom Teleprompter kritisiert.⁸¹⁸ Das Gründungsmitglied der freien Theatergruppe Koma, die Stadtprojekte in einem Budapester Randbezirk durchführt, verfolgt eine andere Form der Kritik am EMMI und inszeniert seinen YouTube-Kommentar als ironische Überidentifikation, um die Kommunikationsstrategie des EMMI zu dekonstruieren:

Mich hat dieses Video sehr berührt. Die Botschaft ist zu mir durchgedrungen. Ich entschuldige mich im Namen der anderen Freien Theater bei Herrn László L. Simon und seinen hart arbeitenden Mitarbeitern. Ich habe mich zudem entschieden, ihre Arbeit im Namen der Gruppe KOMA zu unterstützen. Ich bitte um Bekanntgabe einer Kontonummer, auf die ich und die KOMA Geld Spenden können, da die Kasse ja wegen der fiesen Kommunisten leer ist. Hochachtungsvoll: Zrinyi Gál Vince (komabazis.hu) (Nutzer/in Vince Zrinyi Gál zu EMMI-Video, 2012)

⁸¹⁸ Vgl. Nutzer/in Fodor Tamás zu *EMMI-Video*, 2012: „Ein Blick auf die Bewegung ihrer Augen lohnt sich. Wie schlecht sie vom Teleprompter ablesen! Selbst in der Schule würden sie durchfallen. Es herrscht ein Kampf in der Kultur, wir werden aber unterstützt [...]“. Vgl. Tamás Fodors Profil im Ensemble des Theaters auf dessen Website online unter: <http://www.studiokszinhaz.hu/tarsulat/>.

Neben diesen Kommentaren haben die Vertreter/innen der Freien Szene selbst mit einer neuen – kommentierbaren – Videoantwort auf das Video des EMMI reagiert. Die Vorwürfe der Protestgegner/innen und die Kommentare, die das EMMI verteidigen, reinszenieren sie dabei als Akteur/innen in einem zweiten Protestvideo.

6.2.4 Kritische Kommentare als Akteure im zweiten Video des FESZ

Bevor der FESZ am 20. November 2012 mit dem neuen Video *FESZ – Reálisan a kultura finanszírozásáról* [FESZ – Realistisches zur Kulturfinanzierung] (im Folgenden *FESZ 2* genannt)⁸¹⁹ auf die Antwort des EMMI reagierte, hatte Árpád Schilling von der Theatergruppe Krétakör als Vertreter des FESZ am 12. November öffentlich Stellung dazu bezogen. Die Stellungnahme wurde im Online-Portal *fidelio.hu* abgedruckt und antizipiert die Botschaften der eine Woche später als YouTube-Video formulierten Antwort an das EMMI. Ähnlich den Kommentaren zum Video des EMMI, kritisiert Árpád Schilling in seiner Rede vor allem die als generelle Rechtfertigung eingesetzte Schuldzuweisung der Akteur/innen in *EMMI-Video* an die Vorgängerregierung der „letzten acht Jahre“ sowie das Missverhältnis zwischen ausländischen Förderungen und ungarischen Zuschüssen:

*Die Höhe unserer staatlichen Zuschüsse hat nicht einmal die Hälfte der jährlichen Ausgaben gedeckt. Zurzeit können wir – die Kürzungen eingerechnet – mit 6 Millionen Forint [circa 19.600 Euro] an Zuschüssen rechnen, während wir mit deutschen, österreichischen, Schweizer und französischen Steuergeldern Projekte verwirklichen, die mehrere 100.000 Euro kosten. Mich – und viele meiner Kollegen aus der Freien Szene – würde wirklich interessieren, ob uns die Regierung meines Geburts- und Lebensortes nach fast 20 Jahren Arbeit Ernst nimmt. Das dürfte für János Halász, der nach eigener Aussage die Verantwortung für alle Bürger dieses Landes übernimmt, ja kein Problem sein.*⁸²⁰

⁸¹⁹ Vgl. das Video *FESZ – Reálisan a kultura finanszírozásáról* [FESZ – Realistisches zur Kulturfinanzierung], seit 20.11.2012 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/X86TCau8qzw>.

⁸²⁰ Árpád Schilling: „Reagálás az EMMI videóüzenetére“ [Reaktion auf die Videobotschaft des EMMI]. In: *fidelio.hu* (12.11.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhaz/hirek/reagalas_az_emmi_video-uzenetere.

Die Narrative in der zweiten Videobotschaft des FESZ knüpfen an diese Stellungnahme an. In diesem Video verfolgen die Akteur/innen eine ganz andere Videoästhetik als beim ersten Protestvideo, das Nahaufnahmen der frei schaffenden Künstler/innen im Angesicht der YouTube-Öffentlichkeit zeigt. Der FESZ kommuniziert in diesem 03:16 Minuten langen Video ausschließlich mittels Text-Inserts aus Text und Symbolen sowie einer durchgängigen musikalischen Untermalung und fasst auf diese Weise die Ereignisse und die (Nicht-)Kommunikation der letzten Monate zwischen dem FESZ und dem EMMI noch einmal gebündelt für die YouTube-Öffentlichkeit zusammen.

Diese gewählte zweite Inszenierungsstrategie des FESZ vereint die Strategie der mimetischen Subversion und der partizipativen Produktion, wie sie anhand der Protestnetzwerke in den Kapiteln 4 und 5 vorgestellt wurden. Was Greenpeace mit der Twitterwall vor Nestlés Firmensitz in Frankfurt erreichen wollte, realisiert der FESZ durch die Einbindung von Kommentaren in sein zweites Protestvideo, das die Meinung der Online-Öffentlichkeit spiegelt. Die Ereignisse und verschiedenen Positionen der kulturpolitischen Akteur/innen werden für die YouTube-Öffentlichkeit nochmals zusammengefasst. Die so erfolgte Reflexion des bisherigen Protestverlaufs ist damit Teil der Proteststrategie.

Der FESZ reagiert mit Zahlenangaben in Prozent und Euro und illustrierten Statements auf Vorwürfe, die der Verband vermutlich in Kommentaren der Protestgegner/innen im Internet als Kritik auf seine Forderungen erhalten hat. Die Vorwürfe sind zwar keine wörtlichen Zitate aus den Kommentarinhalten zu den Videos *FESZ 1 lang* und *FESZ 1 kurz*, aber inhaltlich sind die in diesen Kommentaren formulierten Kritikpunkte deckungsgleich mit der vom FESZ selbst im Video *FESZ 2* eingesetzten Kritik der Protestgegner/innen. Der FESZ beantwortet diese sich selbst gestellten kritischen Fragen mit Statistiken und verschiedenen Argumenten, die mit anderen Ausgaben der Regierung kontrastiert werden. Die Tabelle TC3 im Anhang C) zeigt ausführlich die übersetzten Antworten auf die folgenden Fragen:

⁸²¹ Min 00:05–00:08.

*Warum schickt ihr Videobotschaften mit Angriffen auf das Ministerium, warum sucht ihr nicht den Dialog?*⁸²¹

⁸²² Min 00:32–00:37.

*Ok, und ihr habt erfahren, dass es Einsparmaßnahmen geben wird. Was habt ihr denn erwartet? Wir sind in einer Krise.*⁸²²

⁸²³ Min 01:02–01:10.

*Wie könnt ihr behaupten, ihr seid unabhängig, wenn ihr jetzt jammert, der Staat solle euch Geld geben?*⁸²³

⁸²⁴ Min 01:59–02:02, siehe den Screenshot in Abbildung 7, oben links.

*Aber wenn der Kulturstatssekretär sagt, es gäbe nun mal so viel Geld und mehr nicht?*⁸²⁴

⁸²⁵ Min 02:30–02:36.

*Aber diese Gelder gibt nicht der Kulturstatssekretär aus.*⁸²⁵

Auf die genannte Sequenz mit der Frage „Aber wenn der Kulturstatssekretär sagt, es gäbe nun mal so viel Geld und mehr nicht?“ (siehe Abbildung 7, oben links) antworten die Protestakteur/innen im Video *FESZ 2* unter anderem mit der Angabe der Summe von 155 Millionen Forint (circa 505.800 Euro), die die Tanzkompanie Markó Iván als außerplanmäßige Förderung auf Anordnung der Regierung für 2012 erhalten hat. Dies wurde vom damaligen Produktionsleiter der Gruppe Krétakör, Márton Gulyás, in einer Intervention nach einer Ballettpremiere der Markó Iván Kompanie öffentlich per Megaphon aus dem Zuschauerraum kritisiert, nachdem bereits im September 2012 Tänzer/innen und Choreograf/innen der Freien Szene in einem offenen Brief gegen diese unverhältnismäßig hohe Fördersumme protestiert hatten.⁸²⁶ Ende 2013 musste die Kompanie Markó Iván trotzdem aus finanziellen Gründen ihre Arbeit aufgeben.⁸²⁷

⁸²⁶ Vgl. den Mitschnitt im YouTube-Video *Krétakör akció Markó Iván premi-erjén* [Kretakör-Aktion nach der Markó Iván Premiere], seit 24.05.2013 auf YouTube online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=9OWld4PL0i4>. Vgl. dazu Anja Quickert: „Gott ist kein Demokrat“. In: *Theater heute* 55 (2014), H. 2, S. 48–52, hier S. 48 sowie Esther Slevogt: „Gott ist kein Demokrat“. In: *nachtkritik.de* (29.05.2013), online unter: http://www.nachtkritik.de/index.php?option=com_content&view=article&id=8202&catid=126.

⁸²⁷ Vgl.: Péter Bóta Gábor-Hamvay: „Vége Markó Iván balettjének“ [Das Markó Iván Ballett ist am Ende]. In: *Népszava Online* (09.12.2013), online unter: <http://nepszava.hu/cikk/1005169-vege-marko-ivan-balettjenek>.

pro Jahr „weniger als 0,0044%“ des ungarischen Staatshaushaltes ausmache.⁸²⁸ Auf diese Weise werden die Gegenargumente des EMMI und die Kritik der Protestgegner/innen dramaturgisch in das eigene Video *FESZ 2* eingearbeitet und anhand konkreter Zahlen kontextualisiert. Mit dieser Strategie werden auch eventuelle weitere kritische Kommentare der YouTube-Öffentlichkeit antizipiert und im Vorfeld entkräftet.

Als Antwort auf die letzte Frage im Video „Wenn es kein Geld gibt, macht ihr wirklich zu?“ kurz vor der Schlusssequenz stellt FESZ einen direkten intertextuellen Bezug zur visuellen Ebene des ersten Protestvideos her, wie der Screenshot in Abbildung 7 (unten links) zeigt, und mahnt im Schriftinsert: „Wie wir es bereits angekündigt hatten: 2013 werden die Freien Theater in Ungarn verschwinden“. Dieses Szenario der geschlossenen Theaterbetriebe wird in der Schlusssequenz mit der Metapher des Testbildes veranschaulicht, das den Sendeschluss im Fernsehen signalisiert (siehe Abbildung 7, unten rechts).

⁸²⁸ Vgl. die Sequenz in Min 00:31–01:02.

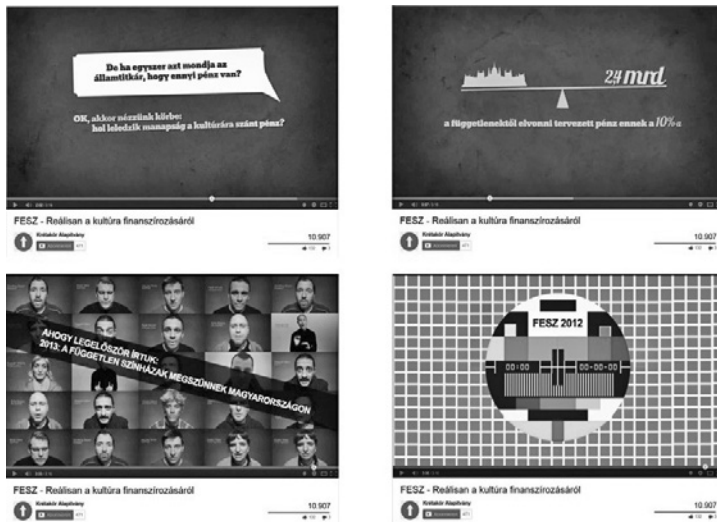


Abbildung 7: Screenshots aus verschiedenen Sequenzen des zweiten FESZ-Videos vom 20.11.2012 als Reaktion auf die Videoantwort des EMMI auf YouTube

Durch diese Form der filmischen Narration mit dem Modus Frage/ Antwort positioniert der FESZ nicht nur ein zweites Mal seine Vorwürfe gegen das kulturpolitische Handeln des EMMI in der YouTube-Öffentlichkeit, sondern er kritisiert auch dessen Art der Kommunikation beziehungsweise seine Diskursverweigerung, die sich in den Narrativen seiner Videoantwort ausdrückt, aber auch in der vom EMMI deaktivierten Kommentarfunktion. Die vom FESZ im Video *FESZ 2* präsentierte dialogorientierte Auseinandersetzung im Sinne einer offenen Stellungnahme zu den Kritiken der Protestgegner/innen hätte sich der FESZ vom EMMI selbst erwartet, dessen Videoantwort dem nicht gerecht werden konnte.

Das Video *FESZ 2* wurde 10.942-mal aufgerufen,⁸²⁹ die Tageszeitung *Népszabadság* druckte am 21. November 2012, einen Tag nach dem Upload des Videos auf YouTube, einen Artikel zum Video und fasste die Forderungen des FESZ und die Ereignisse zwischen FESZ und EMMI noch einmal zusammen.⁸³⁰ Auf YouTube hat das Video 31 Kommentare erhalten. Die Verteilung der Kommentarinhalte ist in Farbdigramm 6 zu sehen. Im Rahmen des Codes ‚EMMI‘ (29% aller Kommentarinhalte) überwiegt die Kritik an der Kulturpolitik leicht gegenüber dem Anteil der Kommentare durch Protestgegner/innen, die das EMMI verteidigen. Wie Farbdigramm 6 zeigt, werden im Rahmen des Codes ‚Video des FESZ‘ (49%) dieselben Narrative als ‚Kritik‘ an FESZ genannt und in Subcodes zusammengefasst wie in den Kommentaren zu den anderen beiden Videos des FESZ und des EMMI. Im Rahmen des Codes ‚Zustimmung zu FESZ‘, der bei diesem Video 25% und bei *EMMI-Video* hingegen nur 14% aller Kommentarinhalte ausmacht, sind von 13 codierten Kommentaren acht Kommentare von Mitgliedern des FESZ selbst, was an den Kommentaren mit dem YouTube-Profil kretakör1 sichtbar ist. Dieser Wert ist mit 25% vergleichsweise hoch, da die bereits genannte Theatergruppe Krétakör zum FESZ gehört. Zum ersten Video des FESZ und zur Videoantwort des EMMI hatte der/die Nutzer/in kretakör1 noch keine Kommentare gepostet, was darauf hinweist, dass die im

⁸²⁹ Stichtag für diese Angaben ist der 11.02.2015. Vgl. die tagesaktuelle Videostatistik online unter: <http://youtu.be/X86TCau8qzw>.

⁸³⁰ Vgl. Katalin Szemere: „A független társulatok is empátiát és tiszteletet várnak“ [Die Freien Theatergruppen erwarten Empathie und Respekt]. In: *nol.hu* (21.11.2012), online unter: http://nol.hu/kultura/_a_fuggetlen_tarsulatok_is_empatiat_es_tisztelet_varnak-1347689.

Video *FESZ 2* verfolgte Kommunikationsstrategie des Dialogs und des offenen Diskurses über die Forderungen des FESZ nicht nur auf der Diskursebene der Protestvideos, sondern auch auf der Diskursebene der Kommentare verfolgt werden soll. Der FESZ ist hier präsent und nimmt neben dem Dialog mit seinen Videos nun auch den schriftlichen Dialog mit der YouTube-Öffentlichkeit auf. Diese Kommentare der Videoakteur/innen rahmen das Video und geben den Rezipient/innen zusätzliche Hintergrundinformationen und Erklärungen zu den Videomotiven: Nutzer/in *templomosvetito* kritisiert zum Beispiel,⁸³¹ dass im Video die neue konservative Ausrichtung der MMA, der ungarischen Akademie der Künste, nicht thematisiert wird, die seit 2013 als staatliche Einrichtung für die Ausschreibung von Projektförderungen zuständig ist und zum Beispiel auch die Kunsthalle in Budapest übernommen hat.⁸³² Der/die Nutzer/in *kretakör1* erklärt als Vertreter/in des FESZ dazu – mit Wissensstand vom November 2012:

Es ist noch nicht absehbar, was dort genau passieren wird, daher haben wir das vorerst rausgelassen. Wir haben nur das aufgezählt, wofür bereits Geld verprasst wurde. Zum Beispiel haben wir auch nicht die fragwürdige Renovierung des Erkel Theaters erwähnt (sie haben dafür 1,7 Milliarden Forint [circa 5,5 Millionen Euro] eingeplant, was für eine Renovierung wenig, zum Verprassen allerdings viel ist), aber das wird erst 2013 aktuell. Wir werden es aber sicher thematisieren, keine Sorge J (Nutzer/in kretakör1 zu FESZ 2, 2012)

Außerdem antwortet *kretakör1* auf das im Rahmen des Codes ‚Kritik an der Videoaussage‘ (8%) angesprochene Narrativ der Fußballfinanzierung im Video *FESZ 2*, das die Kommentator/innen mehrmals thematisieren:

Findet ihr wirklich, dass es eine gute Idee ist, die Ausgaben der Freien Szene mit den Ausgaben für Trikots im Fußball zu vergleichen? Theater mit Fußball? Das führt nur zu Beleidigten und ist nicht eine Gewichtsklasse. Das macht euch unglaublich und führt euch bestimmt nicht zum Verhandlungstisch. Lieber mit Verstand als mit

⁸³¹ Vgl. den Kommentar von Nutzer/in *templomosvetito* zu *FESZ 2*, 2012: „Ihr habt die MMA vergessen....“.

⁸³² Vgl. dazu u.a.: Sebastian Frenzel: „Tauschen wir die Elite einfach aus“. In: *Monopol. Magazin für Kunst und Leben Online* (26.06.2013), online unter: <http://www.monopol-magazin.de/artikel/20106885/Kulturpolitik-Museum-Ludwig-Budapest-Ungarn.html>.

Benzin. Aber es ist echt sehr kreativ und ich warte auf das lächerliche Antwortvideo, aber das führt hier zu nichts. Beziehungsweise führt das dorthin, wo ihr meines Wissens nicht hinwollt. (Nutzer/in MrCloten zu FESZ 2, 2012)

[...] Die Fußballsequenz ist nicht gegen die Fans gerichtet, sondern gegen die verantwortungslosen Einmischungen, die die Sportkultur in Ungarn zerstören. Kleiner Zusatz: Am Ort des [neuen, I.C.] Stadions in Felcsút gab es einen Fußballplatz für Kinder – ab jetzt gibt es ein Gebäude, in das sie nur dann reindürfen, wenn sie sich vorher anmelden. Das ist schon eine sehr selbstbezogene Erziehungsstrategie für den Nachwuchs, oder? (Nutzer/in kretakör1 zu FESZ 2, 2012)

Dieses Motiv der teuren ungarischen Fußballstadien wird in fünf Kommentaren auch als Zustimmung zur Videoaussage von FESZ 2 eingesetzt.

Der kleine Viktor mag Fußball! Für Kultur ist nichts übrig, aber Stadien für diesen schlechten ungarischen Fußball? (Nutzer/in huba 46 zu FESZ 2, 2012)

Diese ‚Kritik an anderen politischen Ausgaben‘ ist wie bereits in den Kommentaren zum ersten Video des FESZ der am häufigsten vergebene Subcode im Rahmen des Codes ‚Politik allgemein (Ungarn und Ausland)‘ mit einem Anteil von 14% aller Kommentarinhalte.

Zusammenfassend lässt sich beobachten, dass der kulturpolitische Diskurs, der vom FESZ ausging, sowohl über die Videos als auch über den Kommentarbereich geführt wurde. Das vom FESZ initiierte Protestnetzwerk bezog nicht nur die YouTube-Nutzer/innen als Multiplikatoren mit ein, sondern der Verband reinszenierte sogar die Kommentare der Protestgegner/innen als eine textuelle Form von mimetischer Subversion im Rahmen der Videodramaturgie im Protestvideo FESZ 2. Das EMMI verweigerte hingegen sowohl in seiner Videoantwort als auch im Kommentarbereich und in der Öffentlichkeit außerhalb des Internets klare und verbindliche Aussagen. Dies zeigen nicht nur die

gewählte Kommunikationsstrategie im *EMMI-Video*, sondern auch die unbeantworteten offenen Briefe, die EMMI von FESZ erhalten hatte. Darüber hinaus wird die Haltung des EMMI deutlich durch die ausgeschlagenen Einladungen sowohl zu einer von der Freien Szene initiierten Diskussion zur aktuellen finanziellen Situation im Mai 2011 als auch zu einer Konferenz des FESZ im März 2012, zu der beide Male kein/e Vertreter/in des Ministeriums erschienen war.⁸³³

Die online und offline positionierten Forderungen der Protestakteur/innen führten schließlich zu einem konkreten Erfolg: Am 21. Dezember 2012 wurde bekannt, dass die Freie Szene statt der gekürzten Zuschüsse den gesamten ihnen anfangs zugesicherten Betrag für 2012 erhalten würde und der Kulturstatssekretär statt der von der Regierung am 08. Oktober 2012 verkündeten Kürzungen von 2,4 Milliarden Forint „nur“ noch 1,3 Milliarden im Kulturbereich einsparen müsse.⁸³⁴ Tatsächlich ausbezahlt wurden die Förderungen dann jedoch erst im Mai 2013, weil „81 der 205 Gruppen, die sich um Förderungen beworben hatten, ihre Rechnungen nicht zur festgesetzten Frist eingereicht hatten“⁸³⁵.

Auch nach 2012 wurden die Proteste der Freien Theaterszene auf YouTube fortgeführt, sodass das Protestnetzwerk durch die Handlungsinitiativen seiner Akteur/innen weiter gesponnen werden kann: Am 11. Juli 2014 hat die Gruppe Krétakör ein mit englischen Untertiteln versehenes Video auf YouTube geladen, in dem Árpád Schilling erklärt, dass er ab sofort auf jegliche Zuschüsse von Seiten des EMMI verzichte, da er „genug von solchen Gesetzen“ habe, die „statt den Rechten der Bürger die Rechte der politischen Macht schützen“⁸³⁶. Das EMMI hatte trotz der Förderempfehlungen der Fachkommission die Zuschüsse für Krétakör im Jahr 2013 eigenmächtig um 25% und 2014 um 50% gekürzt.⁸³⁷ Im Februar 2016 wandte sich der FESZ erneut an das Ministerium und beklagte das „Ausbluten lassen“⁸³⁸ der freien Szene. Die Fördermittel sind im Vergleich zum Vorjahr erneut zurückgegangen, eine grundsätzliche Besserung der Theaterfinanzierung ist somit nicht in Sicht; der Hauptteil der staatlichen Förderung geht an

⁸³³ Vgl. O.V.: „A függetlenek helyzete fokozódik“ [Die Situation der Freien Szene spitzt sich zu]. In: *fidelio.hu* (13.05.2011), online unter: [http://fidelio.hu/szinhez/magazin/kerekitesi_hiba](http://fidelio.hu/szinhez/hirek/a_fuggetlenek_helyzete_fokozodik_und_Zsófia_Krupa: „Kerekítési hiba“ [Rundungsfehler]. In: <i>fidelio.hu</i> (29.03.2012), online unter: <a href=).

⁸³⁴ Vgl. O.V.: „Megkapták a Támogatásukat a Függetlenek“ [Die Freien Theater bekommen ihre Zuschüsse]. In: *fidelio.hu* (21.12.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhez/hirek/megkaptak_a_tamogatasukat_a_fuggetlenek.

⁸³⁵ O.V.: „Megkapták a Tavalyi Pénzeket a Függetlenek“ [Die Freie Szene hat die Zuschüsse des letzten Jahres erhalten]. In: *fidelio.hu* (23.05.2013), online unter: http://fidelio.hu/szinhez/hirek/megkaptak_a_tavalyi_penzeket_a_fuggetlenek.

⁸³⁶ Vgl. das Video *Zéro Minis-terium! Támogatás* [Null ministerielle Förderung], seit 11.07.2014 auf YouTube online unter: http://youtu.be/7Rv_P9Nvgk.

⁸³⁷ Vgl. dazu ausführlich: Katalin Szemere: „Schilling besokallt. Nem pályázik többé a Krétakör“ [Schilling hat genug. Krétakör bewirbt sich nicht mehr auf Ausschreibungen]. In: *nol.hu* (11.07.2014), online unter: <http://nol.hu/kultura/schilling-besokallt-nem-palyazik-tobbe-a-kretakor-1473699>.

⁸³⁸ O. V.: Balog Zoltánhoz fordulnak a független színházak [Die Freie Szene wendet sich an Zoltán Balog]. In: *origo.hu* (15.02.2016), online unter: <http://www.origo.hu/kultura/egyfelvonas/20160215-a-miniszeriumhoz-fordulnak-a-fuggetlen-szinhazak-tamogat-as-balog-zoltan-hoppal-peter.html>.

⁸³⁹ Vgl. hierzu Christine Wahl: „Die Vermeidung des Politischen. Das Kortárs Dráma-fesztivál Budapest konnte 2016 nach einer Pause wieder stattfinden. Dennoch kein Grund zum Optimismus – ein Festivalreport aus Ungarn“. In: *Theater heute* 58 (2017), S. 40–45.

⁸⁴⁰ Vgl. den Kanal auf YouTube seit 17.07.2015 online unter: <https://www.youtube.com/channel/UCFpEvuofPGIV-1VyUF6QQA>.

die großen Theaterhäuser, die seit dem Regierungswechsel 2010 nach und nach mit regierungsfreundlichen Intendanten besetzt wurden.⁸³⁹ Krétakör besteht heute nicht mehr als Theaterkollektiv, sondern als Stiftung, die zu gesellschaftspolitischen Themen vor allem im Bereich Theaterpädagogik arbeitet. Der ehemalige Geschäftsführer von Krétakör, Gulyás Márton, ist als Aktivist weiterhin erfolgreich: sein YouTube-Videoblog „slejm – a torkon ragadt politika“ [Slejm – Politik, die im Hals stecken bleibt]⁸⁴⁰ weist auf Missstände wie Korruption oder Einschränkungen der Presse- und Meinungsfreiheit in Ungarn hin und umfasst Interviews und Reportagen zu gesellschaftspolitischen und regierungskritischen Themen.

6.3 Zwischenfazit III: Protestinszenierungen auf YouTube als Gegenöffentlichkeiten

Durch die Inszenierungsstrategien der mimetischen Subversion und partizipativen Produktion, die zwei Ausprägungen des Bilderflusses auf YouTube bezeichnen, entstehen intermediale Protestnetzwerke inner- und außerhalb des Internets, die auf den ausgewählten Diskursebenen der YouTube-Videos, der Kommentare und einer Auswahl an themenbezogenen Medienberichten nachgezeichnet wurden.

Alle drei analysierten Protestinszenierungen haben bewusst den Schauplatz YouTube gewählt, um die YouTube-Öffentlichkeit als Gegenöffentlichkeit für das eigene Anliegen zu mobilisieren. Mit unterschiedlichen Diskursformen im Spannungsfeld zwischen rationalen Debatten und künstlerisch-spielerischen audiovisuellen Elementen zielten die Protestakteur/innen darauf ab, weitreichende Diskussionen unter den Nutzer/innen zu entfachen. Während in Kapitel 4 beim Protestvideo von Greenpeace gegen Nestlé die Strategie der mimetischen Subversion auf der Diskursebene des Videos angewandt wurde, indem Greenpeace einen KitKat-Werbespot nachahmt und subversiv umdeutet, wird diese Strategie in Kapitel 5 nicht *innerhalb* des regierungskritischen ungarischen Protestvideos *NTR* angewandt, sondern kann nur vereinzelt im Rahmen der Videokommentare beobachtet

werden, wo einige Nutzer/innen zum Beispiel den Refrain der Akteur/innen „Das System gefällt mir nicht“ als Kritik am Protest umdeuten und gegen die Protestakteur/innen im Video verwenden. Dafür ist bei diesem Protestnetzwerk die Inszenierungsstrategie der partizipativen Produktion nicht nur auf der Diskursebene der Kommentare angewandt worden, wie es beim Protest von Greenpeace der Fall ist, sondern auch auf der Diskursebene des Protestvideos. Am Musikvideo *NTR* wirkten nämlich nicht nur die Bürgerbewegung Milla selbst mit, sondern auch zahlreiche berühmte ungarische Persönlichkeiten und sogar die Online-Öffentlichkeit beteiligte sich daran mit eigenen Videoaufnahmen. Damit wurde die Grenze zwischen privaten Videos und politisch motivierten Videos gezielt eingerissen.

Das kulturpolitische Protestnetzwerk, das der Verband FESZ als Vertreter der ungarischen Freien Theaterszene auf YouTube initiiert hat, zeigt hingegen auf der Diskursebene seiner Videos nicht nur eine kollektive Autorschaft als partizipative Produktion, sondern es lassen sich auch die Inszenierungsstrategien der Mimesis und der Subversion herausarbeiten, wie das Kapitel 6 zeigte: Das erste Video des FESZ wurde von kollektiven Akteur/innen produziert, die darauffolgende Videoantwort des Ministeriums EMMI weist in seiner Ästhetik einen sehr starken intertextuellen Bezug zu diesem Video des FESZ auf. In seinem zweiten Video inszeniert der FESZ anschließend die Vorwürfe der Protestgegner/innen als Akteur/innen und verteilt damit die Autorschaft des Videos als Kollektiv nicht nur auf die Unterstützer/innen des Protests, sondern auch auf dessen Kritiker/innen. In diesem komplexen Protestnetzwerk des FESZ kommen YouTubes Eigenschaften als performatives Archiv und partizipatives Videonetzwerk auf der Diskursebene der Videos selbst zum Ausdruck: Der Faktor Zeit spielt beim Protest des FESZ auch *in* der medialen Inszenierung und Dramaturgie des zweiten Protestvideos die entscheidende Rolle.

Für alle drei Proteste kann festgestellt werden, dass sich die Kommunikationsstrategien der kritisierten Akteur/innen durch ein *Scheitern des Dialogs* auszeichnen. Sie antworten den jeweiligen Protestakteur/

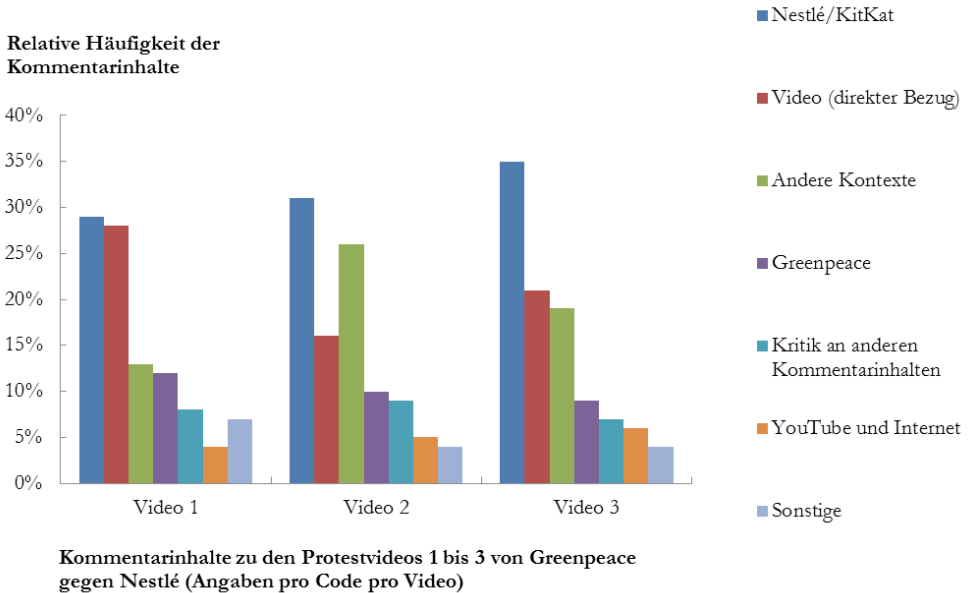
innen zwar, ignorieren dabei aber die Mechanismen des Diskursraums YouTube, da sie die YouTube-Öffentlichkeit täuschen oder an Interaktionen hindern wollen: Die deaktivierte Kommentarfunktion der Videoantwort des EMMI konnte die Kritik der Protestakteur/innen an der Kulturpolitik nicht verhindern, da die Nutzer/innen im Kommentarbereich der Videokopie umgehend neue Diskursräume schufen. Ähnlich führte auch Nestlés versuchte Löschung von Greenpeace' Protestvideo zu einer noch stärkeren Wut der Online-Öffentlichkeit, und auch der regierungsnahe ungarische Troll robin masters, der das Video *NTR* und die Sängerin angriff, wurde unmittelbar entlarvt.

In den Videokommentaren machen sich diese Gegenöffentlichkeiten, die die Protestakteur/innen initiierten, ganz unterschiedlich bemerkbar: Beim Protestvideo *NTR* zeichnen sie als Seismograph die Lage der ungarischen Gesellschaft zur Zeit der Regierungsproteste 2011/2012 auf. Eine explizit transnationale Verflechtung von Offline- und Online-Öffentlichkeiten, die über den Akteur YouTube hergestellt wird, lässt sich insbesondere im Protest von Greenpeace beobachten. Stark verwoben sind hierbei die in verschiedenen Städten gleichzeitig organisierten dezentralen Straßenproteste und der transnationale Online-Protest auf YouTube als gemeinsamer Knotenpunkt der Kommentator/innen. Die Auswertung der Kommentarinhalte zeigt aber auch, dass der Begriff der Gegenöffentlichkeit im Kontext von Protestnetzwerken auf YouTube nur im Plural im Sinne von Gegenöffentlichkeiten genutzt werden kann: Durch die verteilte Autorschaft bildet sich auch eine Kritik gegen die Protestakteur/innen selbst, wobei meist die Glaubwürdigkeit der Akteur/innen angezweifelt wird. Durch die Archivfunktion YouTubes sind immer alle geführten Diskurse präsent, sie können sich jederzeit wandeln und immer wieder werden auch neue – freiwillige und unfreiwillige – Protestakteur/innen in den Diskurs eingebunden.

Der Begriff der *Reinszenierung* auf YouTube spielte bereits bei einigen Protestinszenierungen eine Rolle und wird im folgenden, dritten Teil der Studie fokussiert. Bei Protesten verstärken Reinszenierungen

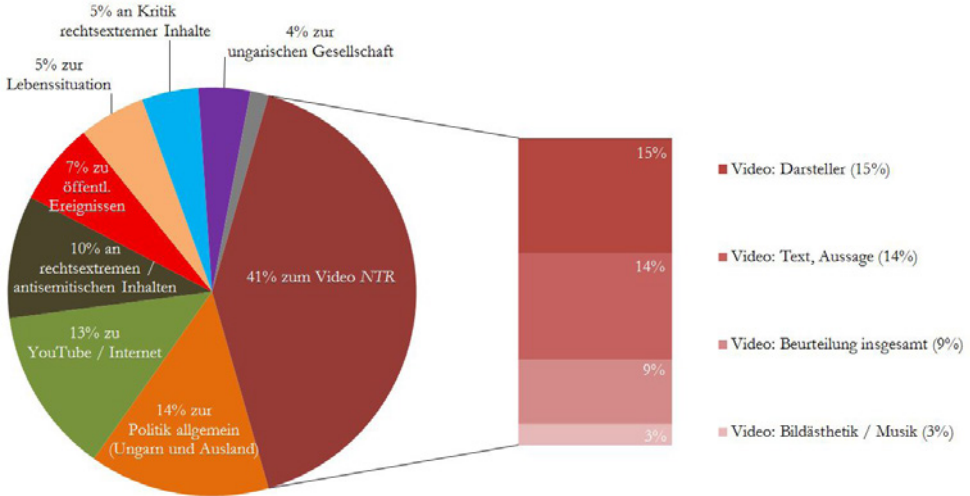
die Gegenöffentlichkeit, wenn zum Beispiel die lokale städtische Öffentlichkeit des Protestes erweitert wird, indem auf YouTube Mitschnitte von humorvollen Interventionen kostümierter Greenpeace-Aktivist/innen vor dem Nestlé-Gebäude veröffentlicht sind. Bei Reinszenierungen von Kunst und Theater werden ebenfalls lokale Öffentlichkeiten verändert und erweitert. Über die Handlungsinitiative YouTubes entstehen dabei allerdings nicht unbedingt Gegenöffentlichkeiten, sondern intermediale Akteursnetzwerke zwischen Kunst, Theater und YouTube als Medium und Display der Künste.

Farbdiagramme

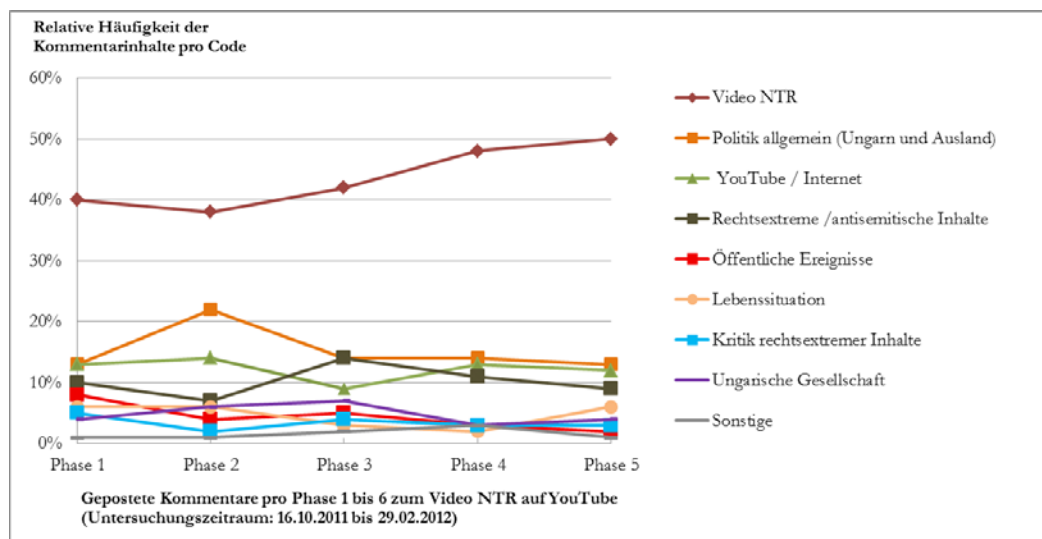


Farbdiagramm 1: Auswertung der Inhaltsanalyse der Kommentarinhalte zu den Videos 1, 2 und 3 von Greenpeace mit Stichtag der Auswertung jeweils am 03.05.2014. Grundgesamtheit: In Video 1 wurden $n = 980$ Kommentarinhalte in 651 Kommentaren codiert, in Video 2 wurden $n = 474$ Kommentarinhalte in 283 Kommentaren codiert und in Video 3 wurden $n = 425$ Kommentarinhalte in 267 Kommentaren codiert (eigene Darstellung).

FARBDIAGRAMME



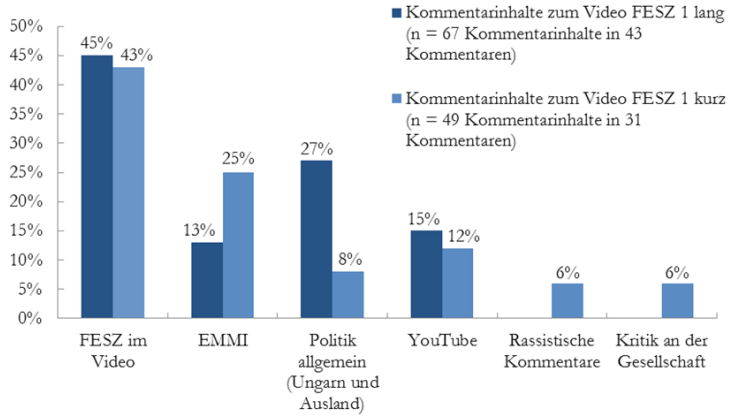
Farbdiagramm 2: Die Verteilung der Codehäufigkeiten bei $n = 8868$ codierten Kommentarinhalten in 6902 Kommentaren zum Video NTR auf YouTube im gesamten Untersuchungszeitraum vom 16.10.2011 bis zum 29.02.2012 (eigene Darstellung; der graue Bereich markiert den Code ‚Sonstige‘ mit 1%)



Farbdiagramm 3: Aufteilung der Codehäufigkeiten nach einzelnen Phasen, in denen die Kommentare zum Video NTR gepostet wurden (eigene Darstellung)

FARBDIAGRAMME

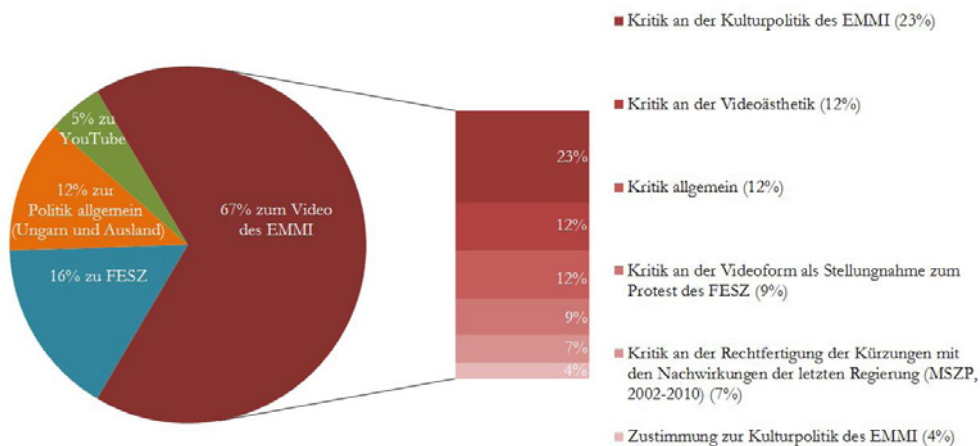
Relative Häufigkeiten der Kommentarinhalte



Codes in den Kommentarinhalten zu den Videos FESZ 1 lang und FESZ 1 kurz

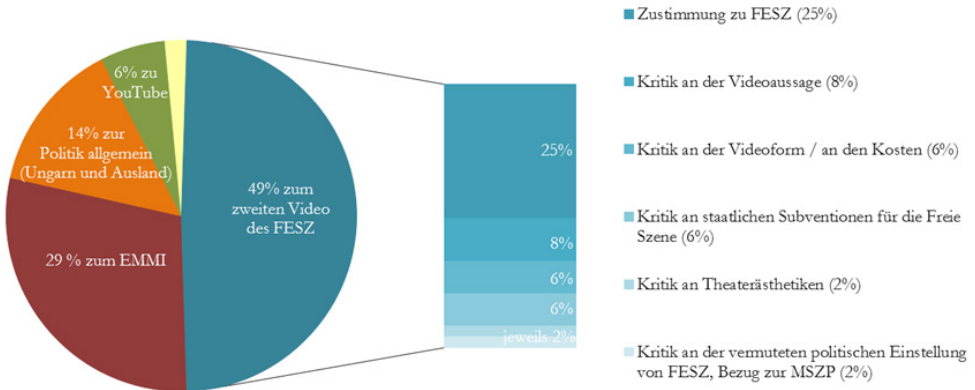
Farbdiagramm 4: Verteilung der Codehäufigkeiten innerhalb der Kommentarinhalte zu den Videos FESZ 1 lang und FESZ 1 kurz, die zwischen dem 07.11.2012 und 14.12.2012 auf YouTube gepostet wurden (eigene Darstellung)

PROTEST, KUNST UND THEATER AUF YOUTUBE



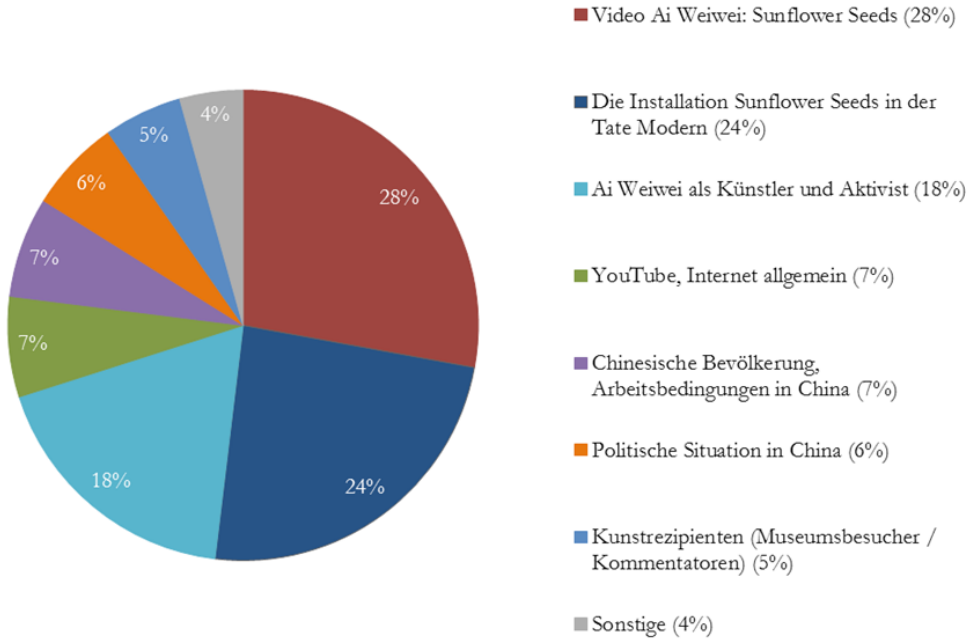
Farbdiagramm 5: Verteilung der Kommentarinhalte zum EMMI-Video mit $n = 43$ Kommentarinhalten in 25 Kommentaren, die zwischen dem 07.11.2012 und 14.12.2012 auf YouTube gepostet wurden (eigene Darstellung)

FARBDIAGRAMME



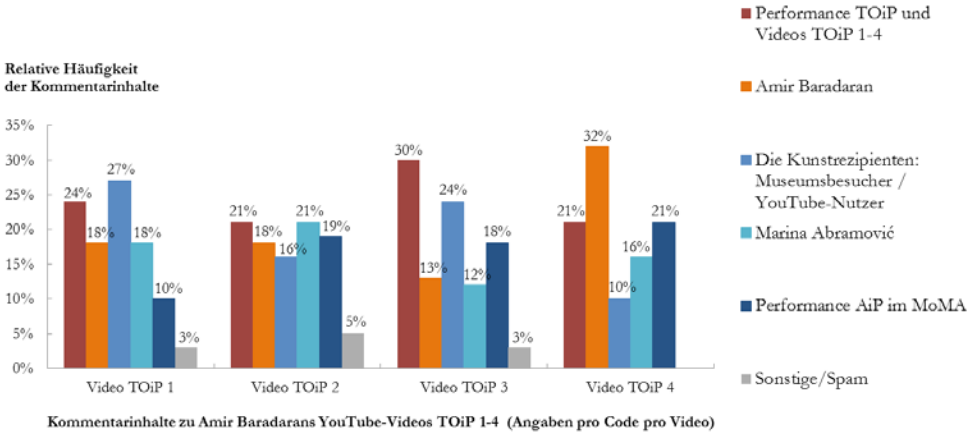
Farbdiagramm 6: Verteilung der Kommentarinhalte zum Video FESZ 2 mit $n = 51$ Kommentarinhalten in 31 Kommentaren, die zwischen dem 07.11.2012 und dem 14.12.2012 auf YouTube gepostet wurden (eigene Darstellung; der gelb markierte Bereich zeigt den Anteil rassistischer Kommentare mit 2%)

PROTEST, KUNST UND THEATER AUF YOUTUBE



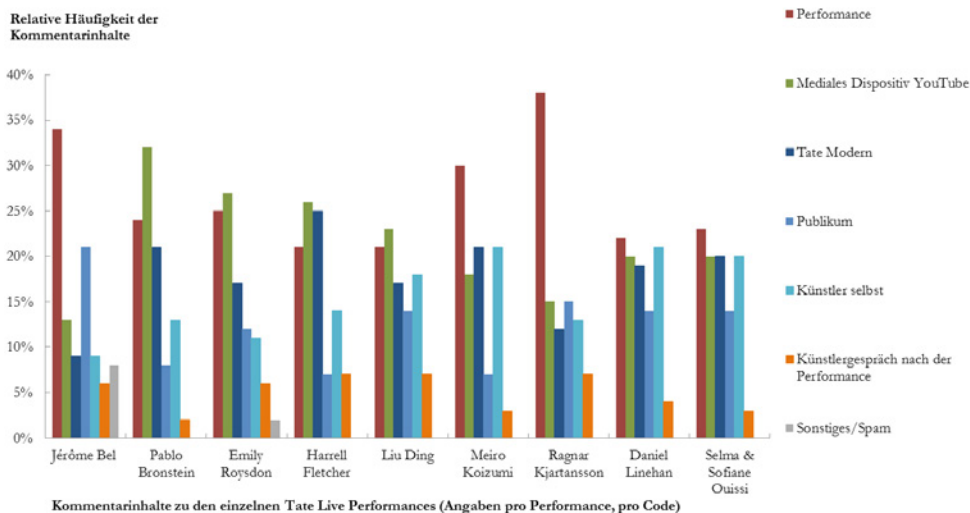
Farbdiagramm 7: Verteilung der Codehäufigkeiten zum YouTube-Video Ai Weiwei: Sunflower Seeds mit $n = 391$ Kommentarinhalten in 240 Kommentaren, die zwischen dem 14.10.2010 und dem 27.08.2014 gepostet wurden (eigene Darstellung)

FARBDIAGRAMME



Farbdiagramm 8: Verteilung der relativen Codehäufigkeiten bei den Videos TOiP 1, 2, 3 und 4 im Vergleich mit $n = 67$ Kommentarinhalten in 30 geposteten Kommentaren zu TOiP 1, $n = 104$ Kommentarinhalten in 41 Kommentaren zu TOiP 2, $n = 67$ Kommentarinhalten in 32 Kommentaren zu TOiP 3 und $n = 19$ Kommentarinhalten in 8 Kommentaren zu TOiP 4 (eigene Darstellung)

PROTEST, KUNST UND THEATER AUF YOUTUBE



Farbdiagramm 9: Verteilung der Codehäufigkeiten innerhalb der ausgewerteten Live-Kommentare zu den einzelnen Tate Live Performances im Vergleich. Die Grundgesamtheit bildete jeweils die Gesamtanzahl der codierten Kommentarinhalte pro Performance (eigene Darstellung; siehe die detaillierten Daten in Tabelle TE1 in Anhang E).

7. YouTube als zusätzliches Display: Transformation der Kunstöffentlichkeit durch distribuierte Präsenz

Die künstlerische Präsentation im Museum erfährt in den beiden folgenden Beispielen durch das Display YouTube eine digitale *Erweiterung*. Das Kunstwerk tritt auf YouTube in einen Diskurs mit den Nutzer/innen als Rezipient/innen, welche *zusätzlich* zu den Museumsbesucher/innen an der Öffentlichkeit des Kunstwerks auf den Diskursebenen der Videos und der Kommentare partizipieren. Diese Reinszenierung im Internet ist in der Ästhetik des Werks angelegt und schafft im Sinne eines Re-Arrangierens neue mediale Kontexte, veränderte narrative Strukturen und so auch thematisch weiterführende Verknüpfungen. Der Begriff des *Displays* kommt in diesem Kapitel jeweils unterschiedlich zum Ausdruck – einmal als Display für *partizipative Produktion* und einmal für *partizipative Rezeption*: Bei Ai Weiweis *Sunflower Seeds* in Kapitel 7.1 werden nicht nur der Künstler selbst, sondern auch die der Installation in der Tate Modern vorgelagerten Bedingungen der *Kunstproduktion* ausgestellt, während in Kapitel 7.2 nicht nur Marina Abramović als Künstlerin reinszeniert wird, sondern auch der *Rezeptionsprozess* ihrer Performance *The Artist is Present* auf YouTube jederzeit mitverfolgt und kommentiert werden kann.

7.1 Ai Weiweis *Sunflower Seeds* in der Tate Modern London (2010/2011) und der kritische Diskurs auf YouTube

7.1.1 Die Rolle des Internets im Werk Ai Weiweis

Die Installation *Sunflower Seeds* des chinesischen Konzeptkünstlers und politischen Aktivisten Ai Weiwei war vom 12. Oktober 2010 bis 02. Mai 2011 im Rahmen der *Unilever Series*⁸⁴¹ in der Turbinenhalle der Tate Modern in London zu sehen. Auf dem Boden waren 100 Millionen handbemalte „Sonnenblumenkerne“ aus Porzellan verstreut worden, die Ai Weiwei von 1600 Mitarbeiter/innen in China produzieren und bemalen ließ.⁸⁴² In ihrem Einführungstext zur Installation *Sunflower Seeds* betont die Tate, dass Ai Weiwei mit den täuschend echt aussehenden Keramikernen auf die chinesische Geschichte anspiele:

*For Ai, sunflower seeds – a common street snack shared by friends – carry personal associations with Mao Zedong’s brutal Cultural Revolution (1966–76). While individuals were stripped of personal freedom, propaganda images depicted Chairman Mao as the sun and the mass of people as sunflowers turning towards him. Yet Ai remembers the sharing of sunflower seeds as a gesture of human compassion, providing a space for pleasure, friendship and kindness during a time of extreme poverty, repression and uncertainty.*⁸⁴³

Die Wahl der Sonnenblumenkerne als Symbol wird dementsprechend auf zwei Ebenen begründet: Auf einer politisch-historischen, die sich auf das chinesische Volk während der Diktatur Mao Zedongs bezieht, sowie auf einer sozialen Ebene, indem Ai Weiwei auf den Verzehr von Sonnenblumenkernen als gemeinsames Erlebnis anspielt. Diese letztgenannte Symbolik des Miteinander Teilens steht im Folgenden im Fokus. Sie spiegelt sich in der kollektiven Produktion der Porzellankerne⁸⁴⁴ sowie in der Interaktion zwischen Kunstwerk und Museumsbesucher/in wider, die während der ersten zehn Tage der Ausstellung noch über die Kerne laufen durften. Die dabei entstehende besondere Geräuschkulisse der knirschenden Kerne⁸⁴⁵ war ein Bestandteil der

⁸⁴¹ Vgl. die Informationen zu diesen Ausstellungen im Rahmen der *Unilever Series*, die zwischen 2000 und 2012 liefen und den Schwerpunkt auf eine/n einzige/n Künstler/ in legten, auf der Website der Tate Modern online unter: <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition-series/unilever-series>.

⁸⁴² Vgl. Ausst. Kat. *Ai Weiwei: Sunflower Seeds*. Hrsg. von Juliet Bingham. Installation in der Tate Modern London 2010.

⁸⁴³ Tate Modern London (Hrsg.): „The Unilever Series: Ai Weiwei: *Sunflower Seeds*: Interpretation text“. O.J. auf der Website der Tate Modern London online unter: <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/unilever-series-ai-weiwei/interpretation-text>.

⁸⁴⁴ Vgl. dazu das folgende Kapitel 7.1.2.

⁸⁴⁵ Vgl. die im Video *Ai Weiwei: Sunflower Seeds at Tate Modern*, London sehr präsenten Geräusche, die durch Schritte auf den Porzellankernen entstehen, im YouTube-Kanal *VernissageTV*, seit 11.10.2010 online unter: http://youtu.be/td3_EKX1lgo?list=PL3A719E41127A79D9.

Kunstrezeption vor Ort. Aufgrund von gesundheitlichen Bedenken bezüglich des aufgewirbelten Porzellanstaubs konnte die Installation wenige Tage nach der Ausstellungseröffnung nur noch von der Ferne aus angesehen werden.⁸⁴⁶ Es blieb jedoch noch eine andere Form der Interaktion zwischen Künstler, Kunstwerk und Besucher/in: Ai Weiwei transferierte den sozialen Aspekt, den die Kerne für ihn vermitteln auf die Kommunikation mit der (Kunst-)Öffentlichkeit im Internet: Die Besucher/innen der Tate konnten „One-to-One with the artist“ mit Videobotschaften Fragen an Ai Weiwei stellen, die über eine Kamera in der Turbinenhalle aufgenommen und anschließend vom Künstler selbst beantwortet wurden. Die während der Ausstellung im Museum aufgenommenen Videos mit den bis zu 11.500 Fragen der Besucher/innen wurden auf der Website „One-To-One with the Artist“ als eine Subsite der offiziellen Website der Tate in die acht Themenkomplexe „Art and the Internet“, „Feelings“, „Meaning and Inspiration“, „Politics and Society“, „Production and Process“, „Site and Scale“, „The Artist“ und „The Role of the Artist“ eingeteilt und veröffentlicht.⁸⁴⁷ Ai Weiweis Antworten darauf spiegeln jedoch lediglich die Intentionen und die Werkinterpretation des Künstlers selbst wider. Diese spielen im Folgenden kaum eine Rolle, da sie nur eine von vielen Perspektiven sind, die durch die Handlungsinitiativen der YouTube-Nutzer/innen erweitert werden. Im Gegensatz zur Präsenz im Museum ist der/die Künstler/in auf YouTube nur eine/r von zahlreichen Akteur/innen im Netzwerk seiner/ihrer Kunst und verliert die alleinige Deutungshoheit über sie, wie die folgenden Kapitel zeigen werden. Aus diesem Grund werden die einzelnen Antworten Ai Weiweis auf die Fragen der Besucher/innen an dieser Stelle nicht einzeln aufgelistet.

Das Internet als künstlerisches Display und damit als erweiterter Handlungsraum über das Museum hinaus, wie es bei *Sunflower Seeds* der Fall ist, und auch als Kommunikationsmedium für politische und gesellschaftliche Diskurse besitzt in Ai Weiweis Schaffen bereits seit Langem einen hohen Stellenwert. Die Schikanen der chinesischen Regierung, denen der Künstler seit Jahren ausgesetzt ist, stellt er durch

⁸⁴⁶ Vgl. die Meldung dazu vom 22.10.2010 auf der Website der Tate Modern, online unter: <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/unilever-series-ai-weiwei-sunflower-seeds>.

⁸⁴⁷ Vgl. die Website online unter: <http://www2.tate.org.uk/aiweiwei/index.html> sowie das Video *TateShots: Ai Weiwei, one-to-one*, das eine Auswahl an Fragen und Ai Weiweis Videoantworten zusammengeschnitten präsentiert, im YouTube-Kanal der Tate seit 28.01.2011 online unter: <http://youtu.be/4sy1AFYxDmo>.

⁸⁴⁸ Vgl. das Projekt *Name List Investigation* auf Ai Weiweis Website online unter: <http://aiweiwei.com/projects/5-12-citizens-investigation/name-list-investigation/>.

⁸⁴⁹ Die Texte aus dem Blog sind 2011 als Buch in Englisch und Deutsch erschienen: Lee Ambrozj (Hrsg.): *Ai Weiwei. Macht euch keine Illusionen über mich. Der verbotene Blog [Ai Weiwei's Blog. Writings, Interviews and Digital Rants, 2011]*. Aus dem Englischen von Wolfram Ströle; Norbert Juraschitz; Stephan Gebauer; Oliver Grasmück und Hans Freundl. Berlin: Galiani 2011. Vgl. die Blogbeiträge zu den Recherchen um die Folgen des Erdbebens in der Provinz Sichuan auf S. 401–430.

⁸⁵⁰ Seit 2014 twittet er allerdings nicht mehr täglich. Vgl. Christiane Peitz: „Zu Besuch bei Ai Weiwei. Vasen oder Das Schweigen der Gegenwart“. In: *Der Tagesspiegel Online* (27.03.2014), online unter: <http://www.tagesspiegel.de/kultur/zu-besuch-bei-ai-weiwei-2-3-vasen-oder-das-schweigen-der-gegenwart/9672476.html>. Ai Weiweis Twitter-Account ist aber durch Retweets noch aktiv, online unter: <https://twitter.com/aieww>. Siehe auch sein Profil auf Instagram: <http://instagram.com/aieww>.

⁸⁵¹ Vgl. das Projekt *Remembrance* auf Ai Weiweis Website online unter: <http://aiweiwei.com/projects/5-12-citizens-investigation/remembrance/>.

⁸⁵² Vgl. das Video *re:publica 2013: Interview with Ai Weiwei* im YouTube-Kanal der *re:publica*, seit 08.05.2013 online unter: <http://youtu.be/29tk6vQXV64>. Vgl. zu Ai Weiweis Aktivitäten auf Twitter ausführlich: Tate Modern (Hrsg.): *Ai Weiwei. Art, Architecture, Activism*. London: Tate Publishing 2014, S. 496–498 (Kapitel: „Ai Weiwei and Social Media“).

deren Veröffentlichung und Thematisierung im Internet zur Schau. In Folge des Erdbebens in Wenchuan 2008 nutzte der Künstler das Internet, um die Öffentlichkeit zu mobilisieren und die Gründe dafür zu finden, weshalb so viele Gebäude im Zuge des Erdbebens in der Provinz Sichuan eingestürzt waren. Er veröffentlichte auf seiner Website und in seinem Blog die Namen von 5000 Schulkindern, die in einem der eingestürzten Gebäude verunglückt waren.⁸⁴⁸ Ai Weiweis kritischer Blog, den er seit 2006 betrieben hatte, wurde im Mai 2009 von der Regierung gesperrt, und alle Inhalte wurden gelöscht.⁸⁴⁹ Seitdem kommuniziert er über Twitter und Instagram mit der Öffentlichkeit.⁸⁵⁰ 2010 rief er über Twitter dazu auf, ihm Tonbandaufnahmen in Gedenken an die Hinterbliebenen der Opfer des Erdbebens zu senden, aus denen er schließlich das Audio-Stück *Remembrance* schuf und online veröffentlichte.⁸⁵¹ Laut einem Videointerview für die Messe *re:publica* 2013 in Berlin stammen 80 bis 90% von Ai Weiweis ‚Followern‘ auf Twitter aus China selbst,⁸⁵² im chinesischen Google lässt sich sein Name aber nicht suchen: „They [Die Chines/innen, I.C.] all ask: Why? Why is it that this man's name [Ai Weiwei] can never be typed on a Chinese computer or the whole sentence will disappear?“⁸⁵³ Da Ai Weiwei in chinesischen Museen jahrelang nicht ausstellen durfte und auch die Spielräume im Internet geringer werden, sucht der Künstler immer neue Möglichkeiten, um seine Regierungskritik nicht nur im Ausland, sondern auch in China publik zu machen.

Zudem stand er nach seiner überraschenden Verhaftung am 03. April 2011, die von den chinesischen Behörden mit dem Vorwurf der Steuerhinterziehung begründet wurde, und seiner Freilassung am 22. Juni 2011 gegen eine Kaution in Peking unter Hausarrest und wurde rund um die Uhr bewacht. Ai Weiwei durfte ein Jahr lang nicht mit internationalen Medien sprechen und hat seinen Reisepass erst vier Jahre später im Juli 2015 von den Behörden ausgehändigt bekommen.⁸⁵⁴ Die Kritik an der Regierung äußert er nicht nur über Berichte, Fotos und Videos auf Twitter und Instagram, sondern auch anhand der Strategie der künstlerischen Überidentifikation, die auch als eine

Form von mimetischer Subversion verstanden werden kann: Im Rahmen seines „Self-surveillance-project“ installierte er Kameras in seinen Privaträumen, um die permanente Überwachung durch die chinesische Regierung zu kritisieren.⁸⁵⁵ Damit verschmelzen sein „virtuelles Leben“ und sein „wirkliches Leben“ zu einem einzigen Handlungsraum, wie er selbst betont:

*[...] ich arbeite und lebe im Internet. Mein virtuelles Leben ist mein wirkliches Leben geworden. Das ist mir vor ein paar Tagen wieder bewusst geworden: Da bat ich meine Mitarbeiter, alles auszudrucken, was ich in den vergangenen drei Jahren auf Twitter geschrieben habe. [...] Ich verarbeite praktisch alles, jede Information, alles, was ich tue, auf Twitter oder Instagram. Es ist eine einzige große Kunstaussstellung. Früher kamen ein paar hundert, vielleicht ein paar tausend Menschen in meine Ausstellungen. Heute poste ich ein Video, und eine halbe Million Menschen sieht sich das an.*⁸⁵⁶

Dementsprechend thematisiert das Heavy-Metal-Musikvideo *Dumb-ass*, das Ai Weiwei am 21. Mai 2013 auf YouTube veröffentlichte, die 81-tägige Haft des Künstlers. Das Video hat auf YouTube 308.864 Aufrufe und 1057 Kommentare erhalten.⁸⁵⁷ Es antizipiert diejenigen Szenen aus seiner Haft, die er auf der eine Woche nach dem Videoupload beginnenden Biennale in Venedig in seiner Installation *S.A.C.R.E.D*⁸⁵⁸ in der Kirche Sant'Antonin zeigte: sechs Eisenkisten mit kleinen Gucklöchern geben als Miniaturen Einblicke in jeweils eine Szene seines Alltags in der Haft. Es sind nachgebaute Figuren zu sehen wie der schlafende Ai Weiwei, der mit brennendem Licht in der Zelle von Wächtern beobachtet wird, Ai Weiwei beim Duschen, auf der Toilette oder beim Essen. Die Installation und das Musikvideo auf YouTube sind zwei verschiedene Strategien für die Reinszenierung seiner Haft.

Genau zum Zeitpunkt seiner Verhaftung im April 2011 wurde in London *Sunflower Seeds* gezeigt. Zu dieser Installation veröffentlichte Ai Weiwei ebenfalls ein YouTube-Video, das jedoch keine Reinszenie-

⁸⁵³ Ai Weiwei in einem Interview mit Christiane Amanpour von CNN im März 2010. Zitiert nach: Larry Warsh (Hrsg.): *Weiwei-isms*. Ai Weiwei. Princeton/Oxford: Princeton University Press 2013, S. 6.

⁸⁵⁴ Vgl. dpa/Monopol: „Ai Weiwei erhält Pass zurück“. In *Monopol. Magazin für Kunst und Leben Online* (22.07.2015), online unter: <http://www.monopol-magazin.de/ai-weiwei-erh%C3%A4lt-pass-zur%C3%BCck>. Im Dokumentarfilm *The Fake Case* werden die Hintergründe von Ai Weis Verhaftung detailliert beleuchtet. Vgl. *The Fake Case*. Andreas Johnsen [Reg.]. DVD 86 Min. Dänemark / China / Großbritannien 2013. Die Website <http://fakecase.com/> dokumentiert den Prozess, vgl. online unter: <http://fakecase.com/case> und auf der Website <http://freelaiweiwei.org/> sind Medienberichte zu Ai Weiwei gesammelt. Vgl. zu den Ereignissen der Verhaftung auch das journalistische Portrait Ai Weis als Künstler und Aktivist: Barnaby Martin: *Hanging Man. The Arrest of Ai Weiwei*. London: Faber and Faber 2013.

⁸⁵⁵ Vgl. die Website, auf der die Einstellung der Webcam sowie aktuelle Tweets zu sehen sind online unter: <http://weiweicam.com/>.

⁸⁵⁶ Bernhard Zand; Klaus Brinkbäumer: „Ich lebe im Internet. Der chinesische Aktionskünstler Ai Weiwei, 56, über seine Bewacher und seinen grotesken Kleinkrieg mit der Regierung, die ihn seit drei Jahren nicht ausreisen lässt“. In: *Der Spiegel* (13.01.2014), H. 3, S. 84-86, hier S. 85. Artikel auch online unter: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-124381322.html>. Vgl. dazu auch ausführlich: An Xiao Mina: „Going Viral: The Memetic World of Ai Weiwei“. In: Tate Modern (Hrsg.): *Ai Weiwei. Art, Architecture, Activism*, S. 444-451.

⁸⁵⁷ Die Daten stammen vom 21.02.2015. Vgl. die tagesaktuelle Videostatistik zum Video *Dumbass* im YouTube-Kanal von Ai Weiwei, seit 21.05.2013 online unter: <http://youtu.be/4ACj86DKfWs>. Die Texte im Video *Dumbass* stammen von Ai Weiwei, die Musik von Xuoxiao Zuzhou und die Regie von Christopher Doyle.

⁸⁵⁸ Vgl. die Informationen und Fotos auf der Website der Lisson Gallery, online unter: <http://www.lissongallery.com/exhibitions/ai-weiwei-disposition>. *S.A.C.R.E.D* besteht aus den sechs Teilen: „S upper“, „A ccusers“, „C leansing“, „R itual“, „E ntropy“ und „D oubt“.

⁸⁵⁹ Diese Daten stammen vom 21.02.2015, vgl. das Video *Ai Weiwei: Sunflower seeds* und die tagesaktuelle Videostatistik auf YouTube, seit 14.10.2010 online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=PueYywpkJW8>. Alle folgenden Zitate zu diesem Video stammen aus dieser Quelle.

⁸⁶⁰ Vgl. dazu das Kapitel 7.1.3.

rung einer persönlichen Erfahrung des Künstlers darstellt, sondern der Online-Öffentlichkeit dokumentarisch Einblick in den kollektiven Produktionsprozess seiner Installation gewährt.

7.1.2 *YouTube als Display für partizipative Kunstproduktion: Das Video Ai Weiwei: Sunflower Seeds*

Im YouTube-Video *Ai Weiwei: Sunflower seeds* (im Folgenden *AS* genannt) werden die Porzellanherstellung und die -bemalung der Sonnenblumenkerne, die in der Installation in der Tate gezeigt werden, präsentiert. Das 14:41 Minuten lange Video ist sowohl auf der Website der Tate eingebettet als auch seit dem 14. Oktober 2010 im YouTube-Kanal der Tate abrufbar und hat 234.310 Aufrufe, 1655 positive und 19 negative Bewertungen sowie 244 Kommentare erhalten.⁸⁵⁹ Dieses Video, das Ai Weiwei parallel zu seiner Installation veröffentlicht hat, stellt als mediale Inszenierung von *Sunflower Seeds* auf YouTube einen Teil von Ai Weiwis Kunstwerk dar. Über dieses Video wird die raum- und zeitgebundene Installation im Museum zu einem offenen Netzwerk mit zerstreuten Akteur/innen, die an der Inszenierung mitwirken. Dementsprechend werden die ausgewählten Akteur/innen dabei verfolgt, wie sie mit Hilfe des Akteurs YouTube eine über die Kunstöffentlichkeit im Museum hinausgehende Netzwerköffentlichkeit mit verschiedenen Diskursebenen inner- und außerhalb des Internets schaffen (siehe Tabelle 4): Die Installation *Sunflower Seeds* in der Tate wurde bereits in Kapitel 7.1.1 beschrieben, auf diese Diskursebene innerhalb des Museums wird allerdings im Folgenden bei Bedarf immer wieder zurückgegriffen, wenn die Diskursebene des Videos *AS* und anschließend diejenige der Videokommentare⁸⁶⁰ ausführlich analysiert und die in der Tabelle 4 aufgeführten Fragen beantwortet werden.

Tabelle 4: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im Netzwerk Sunflower Seeds in der Tate Modern London und auf YouTube (eigene Darstellung)

		Ausgewählte DISKURSEBENEN , auf denen die Handlungsinitiativen der Akteur/innen sichtbar und erfasst werden			
		YouTube-Video	Kommentare	Installation <i>Sunflower Seeds</i> in der Tate Modern London 2010	Websites der Akteur/innen, Medienberichte zur Installation (Auswahl)
Ausgewählte AKTEUR/INNEN der Inszenierungen	Ai Weiwei	Wie treten die Akteur/innen im Video AS auf, das den Produktionsprozess zur Ausstellung <i>Sunflower Seeds</i> offen legt?	Wie treten Ai Weiwei als Künstler und Aktivist sowie die Porzellanhersteller in den Kommentarinhalten zum Video AS auf?	Wie treten die Akteur/innen in der Installation <i>Sunflower Seeds</i> 2010 auf?	Wie werden die Akteur/innen und die Installation auf dem YouTube-Kanal der Tate präsentiert?
	Die Beteiligten am Produktionsprozess von <i>Sunflower Seeds</i>				
	<i>Sunflower Seeds</i> in der Tate Modern und das Museum als Institution	Wie wird die Installation als Akteur im Video AS präsentiert, das ihren Produktionsprozess offenlegt?	Wie treten das Museum Tate Modern als Display und die Installation in den Kommentarinhalten zum Video AS auf?	Verbot vom 22. Oktober 2010, die Porzellankerne zu betreten	
	Museumsbesucher/-innen	Werden die Museumsbesucher/-innen als Kunstrezipient/-innen im Video AS thematisiert?	Inwiefern treten die Museumsbesucher/-innen als Akteur/innen in den Kommentarinhalten zum Video AS auf?	Knirschende Geräusche beim Betreten der Installation (bis 22. Oktober 2010) und die Kameraaufnahme von Besucherfragen gehören zum Kunstwerk	Museumsbesucher/-innen treten in der Videosammlung auf der Website der Tate auf und auf YouTube mit Besucherfragen an Ai Weiwei: „One-to-One with the Artist“
	Kommentator/-innen	–	Inwiefern machen sich eine Selbstreflexion der Kommentator/-innen und eine Kritik an anderen Kommentarinhalten im Rahmen der Kommentare zum Video AS bemerkbar?	–	–

	YouTube	–	Wie tritt YouTube als Medium und Dispositiv in den Kommentarinhalten zum Video AS in Erscheinung?	Die im Museum aufgenommenen Videobotschaften der Besucher/innen an Ai Weiwei werden u.a. auf YouTube veröffentlicht	Wie tritt YouTube als Display der Videos auf der YouTube-Website und in anderen Websites der Akteur/innen auf? (Video AS wurde in die Website des Akteurs Tate eingebettet)?
--	---------	---	---	---	--

⁸⁶¹ Vgl. Min 00:00–01:52.

In den einleitenden Sequenzen⁸⁶¹ des YouTube-Videos *AS* ist Ai Weiwei selbst in zusammengeschnittenen Aufnahmen zu sehen, wie er über die knirschenden Porzellankerne in seinem Atelier schreitet und wie er im Freien sitzt und zunächst die Bedeutung und die Strategie des Fakes reflektiert, der den Museumsbesucher/innen den Eindruck echter Sonnenblumenkerne suggerieren soll. Mit sehr allgemeinen Formulierungen skizziert er hier seine Auffassung von Kunst als „tool to set up new questions“, bevor in der nächsten Sequenz die Szene abrupt zur Porzellanproduktion wechselt. Ai Weiwei besucht die Arbeiter im Bergbau, zu sehen sind die Förderung, das Zermahlen und Waschen der Steine als Rohmaterial, was jedoch nur einem Bruchteil der „30 Produktionsstufen von Porzellan“ entspricht.⁸⁶² In der folgenden Einstellung sind in Nahaufnahmen die Gipsabdrücke für die Kernformen zu sehen.⁸⁶³ Wie bereits bei früheren Kunstwerken Ai Weiweis wurde das Porzellan für *Sunflower Seeds* in Jingdezhen hergestellt. Die Stadt ist 1000 Kilometer von Peking entfernt und berühmt für ihre Porzellanmanufaktur, wie Ai Weiwei in der folgenden Sequenz erklärt. Diese ist geprägt vom geschäftigen Treiben in einer kleinen Fabrikhalle, in der Porzellanmalerinnen aus dem Ort die Kerne in Form gießen und bemalen.⁸⁶⁴ Die Kamera folgt zunächst Ai Weiwei, während er durch die Tischreihen läuft. Auf diese Weise wird ein Gefühl von Nähe zwischen ihm als Künstler und Koordinator und den Mitarbeiter/innen vermittelt. Nach einer kurzen Szene auf dem Porzellanmarkt in der Stadt folgen Einstellungen, die die Bezahlung der Arbeiterinnen nach dem

⁸⁶² Vgl. Min 01:53–03:16. Vgl. zum Produktionsprozess in Jingdezhen auch den ausführlichen persönlichen Erfahrungsbericht in: Brendan McGettrick: „Sunflower Seeds. Everything is Necessary“. In: Tate Modern (Hrsg.): *Ai Weiwei. Art, Architecture, Activism*, S. 94–109. Zuerst abgedruckt im bereits genannten Ausstellungskatalog zur Installation in der Tate.

⁸⁶³ Vgl. Min 03:17–03:30.

⁸⁶⁴ Vgl. Min 03:32–07:55.

Gewicht der bemalten Kerne zeigen, sowie in Nahaufnahmen die präzisen Maltechniken.⁸⁶⁵ Das Narrativ der Szene wird durch die Kameraeinstellungen und durch kurze Statements einiger Mitarbeiterinnen⁸⁶⁶ darauf gelenkt, dass *Sunflower Seeds* als ein ‚Projekt‘ Arbeitsplätze für die Stadt Jingdezhen schafft, die durch die Massenproduktion von Porzellan und den starken Rückgang der Manufaktur mit Arbeitslosigkeit zu kämpfen habe. Außerdem werde durch den gemeinsamen Herstellungsprozess die Identität der mehr als 1600 Projektmitarbeiter/innen gestärkt, Ai Weiwei betont: „almost everybody knows someone [here in Jingdezhen, I.C.] who is making *Sunflower Seeds*“.

Die folgende Szene ist – als Kontrast zur Fabrik und zum Stadtverkehr – von Ruhe gekennzeichnet und stellt das Bemalen der Kerne zuhause mit der eigenen Familie in den Mittelpunkt. Ai Weiwei spricht mit einer älteren Chinesin über ihre Arbeit als Porzellanmalerin während der Regierungszeit Mao Zedongs und erklärt den Video-rezipient/innen anschließend, dass die Sonnenblumen, die in Portraits Zedongs sehr präsent waren, das „der Partei loyale chinesische Volk“ symbolisieren sollten.⁸⁶⁷ Abschließend sind der Brennvorgang des Porzellans und die gewaschenen Kerne zu sehen, bevor sie verpackt an die Tate in London geliefert werden.⁸⁶⁸ Die knirschenden Geräusche in der Schlusssequenz, in der Ai Weiwei erneut über die fertigen Kerne spaziert, sind eine dramaturgische Klammer zum Anfang des Videos. Anhand dieses Narrativs verknüpft das YouTube-Video die Kunstproduktion in China mit der Kunstrezeption in London.

Die künstlerische Intention Ai Weiweis und seine Positionierung als Arbeitgeber in Jingdezhen werden durch die Videodramaturgie samt der schrift- und sprachlichen Narration Ai Weiweis, der auditiven Elemente und der Bildsprache des Videos klar herausgestellt. Im Vordergrund steht hier die Selbstinszenierung Ai Weiweis als Künstler und gleichzeitiger Arbeitgeber, der wirtschaftlichen Wohlstand bringt, als „Kunde“ in Opposition zu den „Arbeiter/innen“⁸⁶⁹ in Jingdezhen. Dies wird insbesondere durch die Kameraführung und die Positionierung des Protagonisten in den Sequenzen innerhalb der Fabrik erreicht

⁸⁶⁵ Vgl. Min 05:19–08:09.

⁸⁶⁶ Vgl. zum Beispiel den in chinesischer Sprache mit englischen Untertiteln geführten Dialog zwischen Ai Weiwei und einer Mitarbeiterin in Min 06:16–06:29: Ai Weiwei: „Are you happy to work on this?“ Mitarbeiterin: „Of course. Bring business. There is nothing much to do here anymore“.

⁸⁶⁷ Vgl. Min 08:10–10:22.

⁸⁶⁸ Vgl. Min 10:23–13:30.

⁸⁶⁹ Zheng Bo: „From Gongren to Gongmin. A Comparative Analysis of Ai Weiwei's ‚Sunflower Seeds‘ and ‚Nian‘“. In: *Journal of Visual Art Practice* 11 (2012), H. 2+3, S. 117–133, hier S. 122.

(siehe Abbildung 8). Laut dem chinesischen Kunstwissenschaftler Zheng Bo sind die Porzellanhersteller und -malerinnen jedoch nur in die *Manufaktur der Porzellankerne* involviert, nicht aber in die *Sinnproduktion des Kunstwerks*:⁸⁷⁰

*Conspicuously, the voice of the workers who manufactured the 100 million seeds was missing in the discursive arena where the meaning of the artwork was debated. The workers did not participate in the discussion on their own, nor were they asked to by the artist or any critic, Chinese or western.*⁸⁷¹

⁸⁷⁰ Vgl. Bo: „From Gongren to Gongmin“, S. 123.

⁸⁷¹ Bo: „From Gongren to Gongmin“, S. 122.



Abbildung 8: Screenshot aus dem Video Ai Weiwei: Sunflower seeds auf YouTube (Szene: der Künstler Ai Weiwei besucht die Mitarbeiterinnen, die die Porzellankerne für die Installation in der Tate Modern produzieren)

Innerhalb der Kommentare zum Video AS auf YouTube werden solche Dichotomien zwar nicht explizit aufgestellt, aber neben der Kunstrezeption und Reflexion des Produktionsprozesses werden auch die von Ai Weiwei postulierten Narrative kritisch hinterfragt und neue Kontexte in den Diskurs eingebracht. So entsteht auf der Diskursebene der Kommentare ein Akteursnetzwerk als Gesamtinszenierung von *Sunflower Seeds*, das sowohl die Installation als auch das Video umfasst. In diesem Netzwerk mit verteilten Akteur/innen ist Ai Weiwei zwar immer noch als Künstler präsent, er kann aber kaum noch eine solch

herausragende Position generieren, wie es in der filmischen Inszenierung innerhalb seines YouTube-Videos *AS* möglich ist.

7.1.3 Videokommentare zwischen Kunstrezeption und politischem Diskurs

Ai Weiwei selbst stellt die Online-Öffentlichkeit als unentbehrlichen Teil der Rezeption seiner Kunst heraus: „Without the internet, I would not even be Ai Weiwei today. I would just be an artist somewhere doing my shows“⁸⁷². Die in Kapitel 7.1.1 erwähnten Videos der Museumsbesucher/innen von *Sunflower Seeds*, die auf der Website der Tate veröffentlicht wurden, beinhalten nur Fragen an Ai Weiwei, auf die er als ‚Experte‘ seines Kunstwerks antwortet. Hier wird die Grenze zwischen Produzent/innen und Rezipient/innen eher verstärkt als aufgeweicht. Im Rahmen der Kommentare zum Video *AS* treten die Nutzer/innen als Online-Öffentlichkeit des Kunstwerks hingegen auch als Akteur/innen der Inszenierung auf YouTube auf, indem sie nicht ausschließlich Fragen *an* den Künstler stellen: Die Auswertung der Inhaltsanalyse der Videokommentare zeigt einen Ausschnitt aus der Netzwerköffentlichkeit, die um Ai Weiwes Werk entsteht, die nicht nur die Rezeption des Kunstwerks, sondern auch weiterführende Diskurse zu jeweils aktuellen Ereignissen enthält, wie zum Beispiel zur Verhaftung Ai Weiwes im April 2011 oder zur Mitteilung der Tate, man dürfe als Besucher/in die Kerne aus gesundheitlichen Gründen nicht mehr betreten. Anhand der Datumsanzeige beim jeweiligen Kommentar lassen sich solche Kontextualisierungen der Kommentarinhalte nachverfolgen.

Farbdiagramm 7 zeigt die Verteilung der 391 codierten Kommentarinhalte auf unterschiedliche Codes. In der Inhaltsanalyse wurden alle 240 Kommentare ausgewertet, die seit dem Videoupload am 14. Oktober 2010 bis zum 27. August 2014 gepostet wurden. Die Verteilung der Kommentarinhalte spiegelt die zerstreute Autorschaft des Werks insofern wider, als weder der Künstler noch das Video oder die Installation auffallend dominant sind, sondern sie fast in gleichem

⁸⁷² Ai Weiwei in einem Interview mit dem *Spiegel* am 21.11.2011, zitiert nach: Warsh (Hrsg.): *Weiwei-isms*, S. 71.

Maße diskutiert werden. Wichtig ist in diesem Kontext, dass die Codes sich gegenseitig nicht ausschließen. Einem Kommentar wurden häufig mehrere Codes zugewiesen. Das Video selbst wird in 28% der Kommentarinhalte genannt, die Installation in der Tate in 24%, und Ai Weiweis Rolle als Künstler und Aktivist wird in 18% der Kommentarinhalte diskutiert. Die restlichen Codes verteilen sich mit 4% bis 7% auf Kommentare, in denen die Plattform YouTube oder das Internet allgemein in Erscheinung treten, auf die ‚chinesische Bevölkerung‘, deren ‚Arbeitsbedingungen‘ und die ‚Politische Situation in China‘ sowie die Thematisierung der Kunstrezipient/innen selbst, die sowohl die Museumsbesucher/innen als auch die Online-Öffentlichkeit beinhaltet.

Das von Ai Weiwei auf YouTube veröffentlichte Video *AS* erhält nicht nur während der Installation von Oktober 2010 bis Mai 2011, sondern auch danach noch Kommentare. Diese erweiterte und andauernde Kunstrezeption auf YouTube ist als Inszenierungsstrategie in Ai Weiweis Kunstwerk *Sunflower Seeds* angelegt, und wird durch das Video initiiert: Die künstlerische Produktion wird im Display YouTube reinszeniert, wodurch der Diskurs über das Kunstwerk auch nach der musealen Präsentation im Sinne einer distribuierten Ästhetik mit zerstreuten Akteur/innen fortgeführt und das Akteursnetzwerk von *Sunflower Seeds* immer weiter verfolgt werden kann. Die Anzahl der jährlich geposteten Kommentare ist zwar seit 2011 deutlich gesunken, sie kann aber zum Beispiel aufgrund von aktuellen Anlässen jederzeit wieder steigen. Im Jahr 2014 wurden nur fünf dieser Kommentare gepostet, im Jahr 2013 31 Kommentare, im Jahr 2012 67 Kommentare, im Jahr 2011 bis zu 105 Kommentare und ab dem Zeitpunkt des Videouploads im Oktober 2010 bis Ende Dezember 2010 26 Kommentare.⁸⁷³

Die Kommentator/innen sehen das Video *AS* ebenfalls als unverzichtbaren Teil von Ai Weiweis Werk. In der Wahrnehmung der Museumsbesucher/innen sollen die Kunsterfahrung vor Ort in der Tate und der Diskurs, den das Video auf YouTube generiert, miteinander verwoben werden.

⁸⁷³ Wenn die Anzahl der Kommentare pro Jahr zusammengezählt wird, erhält man statt 240 eine Gesamtsumme von 234 Kommentaren. Dies liegt vermutlich daran, dass Kommentare von Nutzer/innen nachträglich wieder gelöscht wurden. Nach mehrmaligem Relaunch des Interfaces von YouTube seit dem Videoupload 2010 sind jedoch keine Spuren dieser Löschungen mehr zu sehen, wie sie in Kapitel 5 durch den Hinweis „Kommentar wurde entfernt“ bei der Auswertung aller Kommentare noch berücksichtigt werden konnten.

Having visited the instillation last week (when it was deemed ,too dangerous' to walk on) and after seeing this video I have really changed my view on the piece and feel it raises ethical and artistic questions which might have been deliberately generated in the video by its maker (Tate?). (Nutzer/in Tony Grogan am 17.10.2010)

This video is totally a part of this masterpiece, the last piece to make it complete to the eyes of the audience. (Nutzer/in jstarrprod am 10.04.2011)

Der folgende Kommentar, dessen Autor/in die Installation jedoch nicht besuchen kann, macht ebenfalls den Stellenwert des Videos für das Kunstwerk deutlich. Hier ist YouTube als Akteur der Gesamtinszenierung sehr präsent, da der/die Nutzer/in betont, dass er/sie ohne die Einblicke in den Produktionsprozess gar keinen Anknüpfungspunkt zum Kunstwerk in der Tate gefunden hätte:

Stunningly beautiful. Thank you very much for posting this. I wish an ocean didn't separate my person from the installation. Thank you for allowing momentary insight to the process, the people, and the finished work of art. Excellence! (Nutzer/in Larry Terrell am 14.10.2010)

Neben diesen allgemeinen positiven Äußerungen machen im Rahmen des Codes ‚Video‘ (28% aller Kommentarinhalte) den größten Anteil an codierten Inhalten diejenigen Diskurse aus, die explizit auf die ‚Porzellanhersteller und -malerinnen‘ (10%) und den ‚Produktionsprozess allgemein‘ (6%) eingehen, deshalb wurden sie als Subcodes aufgenommen.⁸⁷⁴ Videoästhetik und -dramaturgie wurden nur in 4% aller Kommentarinhalte thematisiert. Bei affirmativen Kommentaren mit Lob und Zustimmung ist es nicht immer klar, ob das Video oder die Installation im Museum oder beides oder nur Ai Weiwei als Künstler gemeint ist. Diese fehlende Eindeutigkeit ist hier Teil der künstlerischen Strategie, da sich zwar die Kommentare direkt auf das YouTube-Video AS beziehen, dieses aber wiederum selbst nur eine der Diskursebenen des weitreichenden Akteursnetzwerks *Sunflower Seeds* ist.

⁸⁷⁴ Eine detaillierte Auflistung der Häufigkeiten der Subcodes im Rahmen der Codes ‚Video: Ai Weiwei Sunflower Seeds‘ und ‚Die Installation Sunflower Seeds in der Tate Modern‘ ist in Anhang D) zu finden (Tabellen TD1a und TD2a).

Die folgenden Nutzer/innen fokussieren explizit die im Video agierenden Porzellanhersteller und -malerinnen und machen auf die verteilte Autorschaft des Kunstwerks aufmerksam, die nur über das YouTube-Video AS so stark in den Blickwinkel der Kunstrezipient/innen gelangt. Über das Video werden die Porzellanhersteller und -malerinnen in China zu sichtbaren Akteuren der Inszenierung *Sunflower Seeds*:

Antwort auf jam stew: He is kind of the writer/producer/director in that he envisioned the project, found the resources to make the sunflower seeds, the space the exhibit and coordinated all the other people involved in making the final art piece come together. He gets the credit for creating it, but much like a movie there are many involved in the process of creating art; I guess unlike a movie, not everyone gets included in the credits... however, everyone involved seemed happy to have the work! (Nutzer/in Awesomesauce am 22.05.2013)

Antwort auf jam stew: [...]In any artwork is an artist and others components that helps the final piece to be done :). An artist never can do art individually and Ai Weiwei plays in this artwork with this concept, letting people to do the seeds he don't only create a lot of seed in a Museum. More than that he creates interaction with people, work for that village and a new story to tell, like the artist said in the video :). (Nutzer/in Mickey La Rata am 24.05.2013)

Der letzte Kommentar von Mickey La Rata, bringt das Narrativ der Sonnenblumenkerne als Symbol für Geselligkeit und soziales Miteinander in den Diskurs auf YouTube. Die von der Tate und Ai Weiwei auf der Website des Museums präsentierte Interpretation des Werks wird von der YouTube-Öffentlichkeit aufgegriffen und weiter verbreitet. Die Nutzer/innen stellen aber auch eigene Zugänge zur Diskussion und kritisieren gleichzeitig andere Kommentator/innen, indem sie die Deutung des Kunstwerks für sich beanspruchen. Diese Inhalte wurden nicht mit dem Code ‚Video‘ versehen, sondern extra im Rahmen der Codes ‚Installation Sunflower Seeds in der Tate Modern‘ (24% aller

Kommentarinhalte) sowie ‚Chinesische Bevölkerung, Arbeitsbedingungen in China‘ (7%) und ‚Politische Situation in China‘ (6%) in die Auswertung einbezogen. Einige Nutzer/innen setzen hierbei einen Schwerpunkt auf die Kritik an der chinesischen Regierung, die sich kontinuierlich durch Ai Weiweis künstlerisches Schaffen zieht:

The message he was trying to convey is the falseness and the deceit of the CCP [Chinese Communist Party, I.C.] and its member[s]. Fake sunflower seed that look very real put into an empty room. There's a lot of significance to this but he can't come out and say it right away. Watch ,never sorry' [Dokumentarfilm über Ai Weiwei von 2012, I.C.] to understand this artist. If you want to know more about why and how the CCP has destroyed China google nine commentaries on the Chinese communist party. (Nutzer/in iris am 15.10.2012)⁸⁷⁵

⁸⁷⁵ Vgl. ähnlich auch Nutzer/in anthan am 08.11.2010 und Nutzer/in SkylineToTheSea-AndMe am 10.04.2011.

Antwort auf Loosa Barba: sunflower seeds represent the millions of Chinese people who as individuals have a history, but for china and the world they are just nothing, china is a country who serve the rest of the world by making tons and tons of crap while Chinese people are not free first because china is a communist country you cant vote, a lot of this Chinese work for low rate money in many factory's and when we this part of the world buy this crap we don't care how that crap was made because nobody care's. (Nutzer/in meow23 am 30.07.2013)⁸⁷⁶

⁸⁷⁶ Vgl. ähnlich auch Nutzer/in wheresbeef am 08.04.2011.

Wie der letzte Kommentar bereits andeutet, wird aber nicht nur die Regierung kritisiert, sondern auch Ai Weiweis Vorgehen: Der Einsatz der Porzellanhersteller und -malerinnen wird von manchen Nutzer/innen als „Ausbeutung“ durch den Künstler empfunden. Kunst als Selbstzweck des Projektes in Jingdezhen wird hier ignoriert:

100 million porcelain seeds- complete exploitation of impoverished people, and a huge waste of time (Nutzer/in FloridaRaider am 14.12.2011)

als Antwort auf spiralsedcat: @spiralsedcat he supported an uncompetitive industry. What these people need are sustainable businesses, not charitable handouts. (Nutzer/in Grigory Zabelin am 29.11.2010)

Laut Bo berichtet auch die – allerdings von der Regierung stark zensierte – chinesische Presse über *Sunflower Seeds* als ein verschwenderisches Großprojekt, das dem Größenwahn der chinesischen Regierung in nichts nachstehe, und kritisiert, dass die Kerne zwar in China produziert, aber im Westen ausgestellt werden.⁸⁷⁷ Während der Londoner *Telegraph* Ai Weiweis Installation in der Tate als „masterpiece“⁸⁷⁸ bezeichnet, spricht der chinesische Kunstkritiker Meixin Cheng sogar von einem ausschweifenden Konsum, der sich im Projekt widerspiegele: „luxurious art projects based on massive consumption is fundamentally a negation of the ordinary human being“⁸⁷⁹.

Diese kritischen Standpunkte zu *Sunflower Seeds*, die in den zitierten kritischen Kommentaren und den chinesischen Medien vertreten werden, werden von anderen YouTube-Nutzer/innen wiederum angezweifelt, sodass eine Diskussion unter den Kommentator/innen zum Produktionsprozess und den Arbeitsbedingungen der chinesischen Porzellanhersteller und -malerinnen als Bestandteil der Reinszenierung von *Sunflower Seeds* auf YouTube entsteht:

als Antwort auf David Min: @MeusOrsa Do you know anything about manufacturing? Did you watch the video? The workers are being paid to continue their craft in a traditional manner which is labour intensive and when demand for their product is running dry, however that doesn't mean that they are working long hours and are abused for virtually no pay. Ai makes a point in saying how he was using the 'old way' of production, where people could work on a flexible schedule. (Nutzer/in TheFr00d am 02.12.2011)

als Antwort auf FloridaRaider: @FloridaRaider The craftspeople who made the seeds were paid at double the average pay of a normal Chinese worker. How is that exploitation? [...] (Nutzer/in Muckydoggy1 am 12.02.2012)

⁸⁷⁷ Vgl. Bo: „From Gongren to Gongmin“, S. 121f.

⁸⁷⁸ Richard Dornant: „Ai Weiwei: Sunflower Seeds, Tate Modern, review“. In: *telegraph.co.uk* (11.10.2010), online unter: <http://www.telegraph.co.uk/culture/art/art-reviews/8056950/Ai-Weiwei-Sunflower-Seeds-Tate-Modern-review.html>.

⁸⁷⁹ Meixin Cheng: „The artistic crisis of the Ai Weiwei fairy tale“. In: *arts-wealth.com* (2010), online unter: <http://www.arts-wealth.com/news/articles.php?articleid=181>, zitiert nach: Bo: „From Gongren to Gongmin“, S. 121.

Antwort auf FloridaRaider @FloridaRaider Yes in a perfect world, these people would be working on more economically productive work, however they said themselves that many porcelain factories have been shut down due to lack of work. Who's to say that this project wasn't useful and tangible anyway? It was exhibited in the most popular modern art gallery in the world and has succeeded in bringing this argument about, over the low pay and exploitation of Chinese workers. (Nutzer/ in Muckydoggy1 am 14.02.2012)

Dieser Kommentar verknüpft den Prozess der Porzellanproduktion direkt mit der Installation im Museum. Innerhalb der Kommentarinhalte im Code ‚Die Installation Sunflower Seeds in der Tate Modern‘ diskutieren die Nutzer/innen die Installation als Ausdruck zeitgenössischer Kunst, üben aber auch in unterschiedlicher Form Kritik: Unter anderem wird der hohe monetäre Wert der Sonnenblumenkerne auf dem Kunstmarkt⁸⁸⁰ in die Diskussion integriert, wodurch die im Video AS kommunizierten und in den Videokomentaren erneut aufgegriffenen Gehälter der Porzellanhersteller und -malerinnen und generell die Lebensbedingungen in Jingdezhen, die von Arbeitslosigkeit geprägt sind, in einen paradoxen Zusammenhang gestellt werden können:

*1) (2000+3000)/2=2500 rmb earned by the chinese girl in the movie. 12:15 2) 1 Chinese yuan (The Renminbi, RMB) = 0.153132 U.S. dollars 3) 2500*0.153132= 382.83 U.S. dollars!!! An important point about this great work of Ai Weiwei!!! (Nutzer/in Santiago Castigro e Monteiro am 19.04.2011)*

[...] Interestingly they sold a 100KG bag of seeds at Sotheby's for \$560K, again the journalists fail to inform us who was selling the seeds. More seeds are available on UK Ebay and now fake ones (fake fake sunflower seeds) are available on China's ebay site. <http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2011/02/15/a-mountain-of-ai-wei-weis-sunflower-seeds-sells-for-560000/> (Nutzer/in Marco Gualtieri am 09.10.2011)

⁸⁸⁰ Vgl. dazu u.a. im Rahmen von BBC News: Zoe Conway: „Ai Weiwei seeds sell for \$782,000 in New York“. In: BBC News (10.12.2012), online unter: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-18016374>.

Antwort auf Kristian B: In February 2011, a 220-pound (100 kg) pile from Sunflower Seeds sold for \$559,394 (well above its high estimate of \$195,000) at Sotheby's in London. (Nutzer/in Celine Hu am 03.05.2012)

Der/die folgende Nutzer/in kritisiert außerdem die Tate Modern als Institution und Display der *Sunflower Seeds*, indem er/sie seine persönliche Erfahrung des Museumsbesuchs auf YouTube kommuniziert. Das Video AS, das neben der Installation gezeigt wurde, sei in einer schlechten Tonqualität eingeblendet worden:

Just got back form TateM I love the work. The display is rubbish, as we are not allowed to experience the piece as the artist intended. The video at the show had Chinese subtitles which together with the poor audio quality made it impossible to understand what Ai was saying. China's most famous artist is not only silenced at home but his message is intercepted and denied to us by TateM. Thus Ai is twice silenced! Sign of the times. [...] (Nutzer/in yeek8py am 27.01.2011)⁸⁸¹

⁸⁸¹ Ähnlich auch Nutzer/in VictoriaTang am 17.05.2011.

Wie der letztgenannte Kommentar zeigt, integrieren die Nutzer/innen die von der Tate geäußerten Bedenken zur gesundheitlichen Gefährdung der Besucher/innen durch den aufgewirbelten Porzellanstaub in den Diskurs auf YouTube. Auch die internationale Presse diskutiert die Ankündigung der Tate wenige Tage nach der Eröffnung der Installation, diese nur noch von oberhalb der Turbine Hall besichtigen zu können.⁸⁸²

⁸⁸² Vgl. u.a.: Anita Singh: „Tate Modern closes sunflower seed exhibit to the public“. In: *telegraph.co.uk* (16.10.2010), online unter: <http://www.telegraph.co.uk/culture/culturenews/8067119/Tate-Modern-closes-sunflower-seed-exhibit-to-the-public.html>; Roberta Smith: „At Tate Modern, Seeds of Discontent by the Ton“. In: *NYTimes.com* (18.10.2010), online unter: http://www.nytimes.com/2010/10/19/arts/design/19sunflower.html?_r=0 sowie die dpa-Meldung in Deutschland u.a. in: dpa: „Installation von Ai Weiwei in der Tate Modern geschlossen“. In: *Monopol. Magazin für Kunst und Leben* (15.10.2010), online unter: <http://www.monopol-magazin.de/artikel/20101976/Installation-von-Ai-Weiwei-in-der-Tate-Modern-geschlossen.html>.

Ceramic dust could be a legitimate concern, especially when people are chomping at the bit to litigate. Also, they claim that the paint has ,traces of lead' - of course the journalists say nothing about how much lead there is. I find it easier to believe that Tate was terrified of being sued than of political pressure, but who knows. They could have seen the claims of toxicity as an opportunity to add a new dimension to the work... Perhaps they could have improved the ventilation in the hall and given visitors breathing masks, or biohazard full body suits? [...] (Nutzer/in Marco Gualtieri am 09.10.2011)

An den folgenden beiden Dialogen, die ein bis zwei Jahre nach Ausstellungs-
ende auf YouTube gepostet wurden und sich mit der Frage nach
der genauen Gesundheitsbelastung durch den Porzellanstaub befassen,
sieht man, dass die Kommunikationsschleifen unter den Nutzer/innen
immer wieder neu entfacht werden und das Video und die Ausstel-
lung immer wieder als Redeanlass dienen: Die Nutzer/innen posten
in Abständen von mehreren Monaten thematisch gleiche Fragen und
Antworten:

*ok, nice work, impressive, & he give some work for lot of peoples, but
in the same times, no one uses mask or other protection staff, when
using toxic painting, [...] (Nutzer/in Karen A. am 22.02.2012)*

*als Antwort auf Karen A.: [...] the paint was handmade from natural
minerals, so I hardly believe it was toxic. (Nutzer/in TheGawryolek
am 27.02.2012)*

*weren't these seeds considered toxic and didn't the paint used have lead
in it? (Nutzer/in iWindows am 14.08.2012)*

*als Antwort auf iWindows: I'm not sure about the paint, but the studio
stopped having people walk on it due to the porcelain dust. (Nutzer/in
southeastalaska2005 am 27.01.2013)*

Maßgeblich beteiligt an diesem fortwährenden Kommunikationspro-
zess auf YouTube ist das Teilen des Videos über das soziale Netzwerk
Google+, das über die Handlungsinitiative der Kommentator/innen
veranlasst wird. Die im Rahmen des Codes ‚YouTube und Internet
allgemein‘ zusammengefassten Kommentarinhalte (7% aller Inhalte)
kommen vor allem durch den im Kommentarbereich sichtbaren Hin-
weis „Auf Google+ geteilt“ zustande. Obwohl die Profilnamen der
Nutzer/innen, die über Google+ agieren, von sehr unterschiedlichen
Regionen der Welt stammen könnten,⁸⁸³ lässt sich deren Herkunft
allein auf der Basis der Inhaltsanalyse der Kommentare nicht ermit-
teln, dazu wären detailliertere Recherchen zu den Google+-Profilen
notwendig.

⁸⁸³ Vgl. alle Kommentare der
Nutzer/innen, die das Video
auf Google+ geteilt haben:
„Auf Google+ geteilt“ von
Nutzer/in Janna Hite am
12.11.2013; von qianjing
shangye am 07.11.2013;
von Jing Rochman am
19.10.2013, von Miranda
van Zyl am 01.08.2013,
von Bálint Kádár am
18.09.2012; von Ye Teng
am 29.07.2012; von Ania
Stypulkowski am 29.07.2012;
von Ahmed Hassani am
08.05.2012; von Sandra
Perovic am 30.03.2012; von
Natascha De Cortillas Diego
am 29.03.2012; von Nur
Yani am 02.02.2012; von
Abdelkrim Boudjemaa am
23.01.2012; von Daniel K
am 06.01.2012; von audrius
pernavas am 05.01.2012;
von Marcelo Ramagem am
30.11.2011; von Mirna Rado-
vanovic am 15.10.2011; von
Lisa Feay am 08.01.2012;
von Иван Надеин am
30.08.2011; von Jeff Gillis
am 10.08.2011 und von
Gaofei Tan am 28.07.2011.

Kritisch hinterfragt wird von den Kommentator/innen des Weiteren die Selbstinszenierung Ai Weiweis.

[...] I'm not sure what I think of this guy. Everything I have read mostly talks about his personal life. I am so sick of a designers/artists fame being more about who they are rather than focusing on their work as well. I think it was a massive oversight in using porcelain.... erm hazardous dust?? That should have been obvious. The seeds are very pretty, and the process and the ideas behind it are fascinating though.... (Nutzer/in christuswarhol am 30.11.2010)

Solche Kommentarinhalte zu Ai Weiwei in seiner Rolle als Künstler und Aktivist wurden in der empirischen Auswertung der Kommentare einem eigenen Code zugeordnet (18% aller Kommentarinhalte), während die Akteur/innen ‚Porzellanhersteller und -malerinnen‘ nur als Subcode des Codes ‚Video‘ aufgenommen wurden. Ai Weiwei wird im Gegensatz zu diesen sowohl als Akteur im Video, als auch als Künstler und Aktivist allgemein thematisiert, ohne dass alle Kommentator/innen das Video immer direkt erwähnen. Durch die vielen Kommentare, die die Verhaftung Ai Weiweis im April 2011 und die anschließende Freilassung im Juni thematisieren, erhält die Netzwerköffentlichkeit zu *Sunflower Seeds* eine neue politische Komponente, die allein durch die Nutzer/innen in der YouTube-Öffentlichkeit kommuniziert wird. Über die Agency YouTubes vermischen sich so die Kunstöffentlichkeit zu *Sunflower Seeds* und der kritische Diskurs zu Ai Weiweis Verhaftung und beziehen sich reziprok aufeinander.

⁸⁸⁴ Vgl. auch Nutzer/in graceverweij am 10.06.2011: „free THOUGHT free SPEECH free AI WEIWEI!“ sowie ähnlich die Nutzer/innen TerraCanaillo-Tube am 05.04.2011; Jesse Li am 11.04.2011; trees1 am 12.04.2011; William Huo Cheng am 12.04.2011; Saul Alvarado am 18.04.2011; Janice Wyndham-Quin am 18.04.2011; neuston am 22.04.2011; machippy am 11.05.2011 und Vukartic am 12.05.2011.

I saw the installation 6 months ago at the Tate. Seeing this video now, knowing that AiWeiWEi is held captive now brought tears to my eyes. FREE AI WEI WEI!! (Nutzer/in slermann am 06.04.2011)

He shows resistance against the whole chinese communistic regime/dictatorship Respect to and important and impressive person Best wishes to him from Germany Free Ai Weiwei - Free China!!! (Nutzer/in KristianaRohder am 13.11.2011)⁸⁸⁴

The PRC set itself back 20 years at a minimum by abducting Ai Weiwei. (Nutzer/in Mordecai Jordan am 25.03.2013)

He has been finally freed! but we must still remember the chinese opressive regime continues to arrest thousands of innocent people. (Nutzer/in rodrigoma Q am 23.06.2011)

Auch die Tate Modern gibt in ihrer Rolle als Kunstinstitution ein klares Statement ab, indem sie auf dem Dach des Londoner Gebäudes den Schriftzug „Release Ai Weiwei“ präsentiert.⁸⁸⁵ Wie *Theater der Zeit* formuliert, beschäftigt sich Ai Weiwei in den meisten seiner Werke selbst „ganz programmatisch mit dem Distanzverlust zwischen seinen zutiefst privaten Erfahrungen und kollektiven Ängsten und kehrt ihn in die politische Weltöffentlichkeit“⁸⁸⁶. Durch seine Verhaftung während der Installation *Sunflower Seeds* ist es jedoch die Handlungsmacht der chinesischen Regierung, die die politische Öffentlichkeit mit der Kunst Ai Weis verschmelzen und „Person und Werk kurzschliessen“⁸⁸⁷ lässt. Die Kommentare sind demnach nicht nur eine Rezeption der Installation und des Videos, sondern sie spiegeln die um *Sunflower Seeds* entstandene Netzwerköffentlichkeit wider, wo die Kunst und die politische Öffentlichkeit insbesondere ab dem Zeitpunkt von Ai Weis Verhaftung in Peking ineinander übergehen.

YouTube fungiert demnach als ein Kommunikationsforum, das einen Raum für politische Diskurse, aber auch für kritische Kommentare zum Künstler, zum musealen Display und zur Gesamtinszenierung *Sunflower Seeds* jenseits der lokalen und zeitlich begrenzten Rezeption im Museum bietet. Dieser Diskursraum wird durch das Video *AS* geschaffen. Durch die Narrative im Video wird der kollektive *Produktions*prozess der Sonnenblumenkerne als künstlerisches und gesellschaftliches Ereignis auf die *Rezeptionssituation* der Installation übertragen und die YouTube-Öffentlichkeit in die Rezeption integriert. Diese ist damit Teil des Produktionsprozesses der Gesamtinszenierung im Museum und im Internet.

⁸⁸⁵ Vgl. Chris Dercon: „Die Weigerung zwischen Kunst und Leben einen Unterschied zu machen“. In: *Du. Die Zeitschrift der Kultur* 71 (2011), H. 817: *Wer hat Angst vor Ai Weiwei*, S. 54.

⁸⁸⁶ Uwe Müller-Tischler: „Die Wirklichkeitsfabrik. Der chinesische Künstler und Architekt Ai Weiwei will die Welt verändern“. In *Theater der Zeit* 68 (2014), H. 6, S. 8–10, hier S. 9.

⁸⁸⁷ Max Wechsler: „Der Anarchist im Porzellanladen“. In: *Du. Die Zeitschrift der Kultur* 71 (2011), H. 817: *Wer hat Angst vor Ai Weiwei*, S. 21–31, hier S. 31.

Sunflower Seeds wurde am 29. Januar 2011 von der italienischen Künstlergruppe Iocose in der Tate ‚gehackt‘: Sie warfen selbstgekaufte echte Sonnenblumenkerne auf die Porzellankerne, sodass beide Sorten nicht mehr voneinander unterschieden werden konnten. Diese Aktion präsentieren sie seitdem als eigenes Kunstprojekt *Sunflower Seeds on Sunflower Seeds*: „IOCOSE exhibits a new artwork at Tate Modern, made from a previous artwork at Tate Modern“, wie sie auf ihrer Website sowie auf dem Videoportal Vimeo verkünden.⁸⁸⁸ Solch eine künstlerische ‚Adaption‘ lässt sich bereits in Amir Baradarans Arbeit *The Other Artist is Present* auf YouTube im März 2010 beobachten, in der der Künstler Marina Abramovićs Performance *The Artist is Present* im Museum of Modern Art New York (MoMA) auf YouTube reinszeniert.

⁸⁸⁸ Vgl. die Ankündigung online unter http://www.iocose.org/works/sunflower_seeds_on_sunflower_seeds und vgl. das Video *Sunflower seeds on ‚Sunflower Seeds‘ (2011)* auf vimeo, seit 2011 online unter: <http://vimeo.com/19362711>.

7.2 Marina Abramovićs *The Artist is Present* im MoMA New York (2010) und Amir Baradarans Reinszenierung *The Other Artist is Present* auf YouTube

7.2.1 Marina Abramovićs *The Artist is Present* im MoMA New York (2010)

Bei Marina Abramovićs Langzeitperformance *The Artist is Present*, die vom 14. März bis zum 31. Mai 2010 im Marron Atrium des MoMA stattfand, wird über YouTube als Display vor allem der global zerstreute *Rezeptionsprozess* des Kunstwerks deutlich. Die Erweiterung der Rezeptionssituation der Performance im Museum erfolgt hier aber nicht über die Künstlerin selbst, wie es bei der Installation *Sunflower Seeds* der Fall ist. *The Artist is Present* ist zwar von Abramović auf die distribuierte Rezeption inner- und außerhalb des Internets angelegt, wird aber erst von einem anderen Künstler, Amir Baradaran, auf YouTube reinszeniert.

⁸⁸⁹ Vgl. Ausst. Kat. *Marina Abramović: The Artist is Present*. Hrsg. von Klaus Biesenbach. Performance im Marron Atrium des Museum of Modern Art New York 2010.

The Artist is Present fand im Rahmen einer Retrospektive statt, in der die Künstlerin zahlreiche ihrer bisherigen Performances von jungen Protagonist/innen reinszenieren ließ.⁸⁸⁹ Die Performance ist eine Adaption der bereits 1981 bis 1987 von Abramović und ihrem damaligen

Lebenspartner Ulay in verschiedenen Städten inszenierten 22-teiligen Performance-Serie *Nightsea Crossing*, in der sich die beiden sieben Stunden am Stück schweigend gegenüber saßen. In *The Artist is Present* im MoMA hingegen ist die Künstlerin selbst nur ein Teil des Kunstwerks: Sie sitzt jeden Öffnungstag des Museums ununterbrochen von morgens bis abends schweigend auf einem Holzstuhl an einem Tisch. Die Museumsbesucher/innen können sich so lange sie wollen zu ihr an den Tisch setzen und ihr in die Augen blicken. Unter den zahlreichen Besucher/innen, die lange Warteschlangen am Museumseingang bildeten, befanden sich zum Beispiel auch Ulay, die Künstlerin Joan Jonas, der Künstler Matthew Barney oder auch die Sängerin Björk.⁸⁹⁰

Im Vergleich zu ihrer Performance-Kunst der 1960er bis 1980er Jahre verschiebt Abramović in *The Artist is Present* ihren ästhetischen Fokus: „Damals ging es in meinen Kunstwerken vor allem um den Körper, jetzt geht es mehr um meinen Geist. Drei Monate auf einem Stuhl zu sitzen, ist schlimmer, als sich selbst zu schneiden.“⁸⁹¹ Obwohl Abramović sagt, es gehe in *The Artist is Present* „um die pure Präsenz“⁸⁹², ist nicht nur die Einbindung der Museumsbesucher/innen vor Ort, sondern auch die der Online-Öffentlichkeit intendiert und die Partizipation der Nutzer/innen im Internet in ihrer Performance bereits angelegt: Das MoMA bewarb sie und die Retrospektive nicht nur mit Trailern in seinem YouTube-Kanal⁸⁹³, sondern stellte auch einen Livestream der Performance im Internet bereit und innerhalb des Bildernetzwerks Flickr und auf der eigenen Website sind Fotografien der Gesichter aller Besucher/innen von *The Artist is Present* einsehbar. Zu jedem einzelnen Portrait sind das jeweilige Datum und die Zeit angegeben, die der/die Besucher/in am Tisch mit Abramović verbrachte. Flickr-Nutzer/innen können zudem die Portraits kommentieren.⁸⁹⁴ Das Internet verschafft der Performance somit eine distribuierte Präsenz über das Museum hinaus. Balme versteht den Titel *The Artist is Present* in diesem Sinn als Anspielung auf eine *doppelte* Präsenz: Sowohl die zeitlich begrenzte Präsenz des Hier und Jetzt im Museum als auch die gleichzeitige oder nachgeschaltete Präsenz im

⁸⁹⁰ Vgl. Claudia Bodin: „Die göttliche Marina“. In: *Art-Magazin.de* (03.06.2010), online unter: http://www.art-magazin.de/kunst/30232/marina_abramovic_moma_new_york.

⁸⁹¹ Tobias Timm; Marina Abramović: „600 Stunden auf dem Holzstuhl“. In: *Zeit Online* (23.03.2010), online unter: <http://www.zeit.de/2010/11/Interview-Abramovic>.

⁸⁹² Timm; Abramović: „600 Stunden auf dem Holzstuhl“ (online).

⁸⁹³ Vgl. unter anderem die YouTube-Videos *Marina Abramović: The Artist is Present* und *Marina Abramović: Live at MoMA* im Kanal MoMAVideos auf YouTube, seit 13.04.2010 beziehungsweise 31.03.2010 online unter: <http://youtu.be/tyBTiVNxvf?list=UU9CswYtb5rL31CHwyVoyJvQ> und http://youtu.be/-2GD5PBK_Bto?list=UU9CswYtb5rL31CHwyVoyJvQ.

⁸⁹⁴ Siehe die Seite mit 1.566 eingestellten Fotos und 1.636.132 Aufrufen (Stand: 25.02.2015), online unter: <https://www.flickr.com/photos/themuseumofmodernart/sets/72157623741486824/> sowie die Website des MoMA zur Ausstellung, die ebenfalls alle Bilder mit den Besucher/innen vereint: <http://www.moma.org/interactives/exhibitions/2010/marinaabramovic/>.

⁸⁹⁵ Vgl. Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 192.

⁸⁹⁶ Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 191.

⁸⁹⁷ Vgl. Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 191.

Internet sind damit gemeint.⁸⁹⁵ Er beschreibt diese Erweiterung des musealen Raums wie folgt: „*The Artist is Present* created – intentionally or not – new forms and modalities of spatial and discursive framing that invited participation transcending the mere act of sitting opposite the artist“⁸⁹⁶. Balme vergleicht das Marron Atrium mit einem Filmstudio. Die durch physische Co-Präsenz generierte Feedbackschleife sei demnach nicht der Hauptaspekt der Inszenierung, sondern diese sei so angelegt, dass sie explizit um eine größere Öffentlichkeit erweitert werden solle, die als „discursive and performative public sphere“ auch außerhalb des Museums wirkt.⁸⁹⁷ Auch Amelia Jones sieht die Feedbackschleife zwischen Museumsbesucher/in und Künstlerin nicht als rein „energizing, personal or transformative“ an, wie sie in der Zeitschrift *The Drama Review* beschreibt:

*I primarily felt myself the object of myriad individual and photographic gazes (including hers [Abramovičs, I.C.]), and the experience overall was very strongly one of participating in a spectacle – not an emotionally or energetically charged interpersonal relation, but a simulation of relational exchange with others (not just the artist, but the other spectators, the guards, the ,managers‘ of the event).*⁸⁹⁸

⁸⁹⁸ Amelia Jones: „The Artist is Present“. Artistic Re-enactments and the Impossibility of Presence“. In: *TDR. The Drama Review* 55 (Frühling 2011), Nr. 1, S. 16–45, hier S. 18.

⁸⁹⁹ Tobias Timm: „Leiden für die Kunst“. In: *Zeit Online* (05.12.2012), online unter: <http://www.zeit.de/2012/49/Film-Marina-Abramovic-The-Artist-is-Present>.

Jones beschreibt die Live-Performance eher als eine filmische Inszenierung, die durch ihre räumliche Disposition auf den/die Besucher/in „zurückschaut“⁸⁹⁹, wie auch in der Presse zur Performance zu lesen ist. Damit ist aber nicht nur Abramovičs starrer Blick gemeint, sondern, dass der/die Besucher/in als Teil einer vernetzten, ihn/sie rahmenden Kunstöffentlichkeit selbst zum/zur Co-Akteur/in der Performance wird. Die im nächsten Kapitel diskutierte Reinszenierung *The Other Artist is Present* von Amir Baradaran ist ein Beispiel für eine produktive Rezeption der musealen Performance über das Museum hinaus im Display YouTube.

7.2.2 Amir Baradarans *The Other Artist is Present* auf YouTube

Durch die vier Videos des im Iran geborenen kanadischen Künstlers Amir Baradaran gelangt *The Artist is Present* zu einer vernetzten Präsenz auf YouTube. Er fasst die Videos unter dem Titel *The Other Artist is Present, A Sohbat /Conversation with Marina Abramović's The Artist is present* zusammen und nennt sein Werk eine „Guerilla Performance in four acts“⁹⁰⁰. Die Videos wurden am 17. März 2010, bereits drei Tage nach Beginn von *The Artist is Present* im MoMA, im YouTube-Kanal des Künstlers hochgeladen. Durch ihre starken intertextuellen Referenzen initiieren die Videos eine Netzwerköffentlichkeit, die eine Transformation der musealen Öffentlichkeit evoziert. Die von Baradaran initiierten und von den YouTube-Nutzer/innen fortgeführten Diskurse können über die Videos als Knotenpunkte des entstehenden Akteursnetzwerks detailliert beleuchtet werden.

Im Gegensatz zur Analyse von Ai Weiweis *Sunflower Seeds* in Kapitel 7.1 wird die Performance im MoMA im Folgenden nicht als Diskursebene des Akteursnetzwerks untersucht, sondern nur als Akteur im Rahmen von Baradarans Reinszenierung. Das Video *Ai Weiwei: Sunflower Seeds* und die Installation sind bewusst *gleichzeitig* in Ergänzung zueinander von Ai Weiwei selbst der Öffentlichkeit präsentiert worden, während *The Other Artist is Present* viel stärker als eine zeitlich versetzte, nachgelagerte Reinszenierung einer bereits bestehenden Performance wahrgenommen werden kann, wenn auch nur drei Tage nach ihrem Beginn im MoMA. Baradarans Reinszenierung läuft zwar ab dem Zeitpunkt des Videouploads auf YouTube bis zum Ende der Performance parallel zu *The Artist is Present*, steht seitdem aber als künstlerische Performanz auf YouTube allein für sich.

In der Netzwerköffentlichkeit, die Baradaran initiiert, ist die Frage interessant, inwieweit Abramović und ihre Performance selbst sowie die Institution Museum und die Besucher/innen innerhalb der Diskursebenen der vier Videos *The Other Artist is Present* (im Folgenden *TOiP 1-4* genannt) und innerhalb der jeweiligen Videokommentare in Erscheinung treten. Die folgende Tabelle 5 zeigt die verschiedenen

⁹⁰⁰ Siehe die Beschreibung auf Baradarans eigener Website online unter: http://www.amir-bara-daran.com/ab_about.php.

Akteur/innen und Diskursebenen des Netzwerks *The Other Artist is Present*. Beim Akteur YouTube ist entscheidend, wie er als Medium und Dispositiv der Reinszenierungen auftritt.

Tabelle 5: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im Netzwerk *The Other Artist is Present auf YouTube* (eigene Darstellung)

		Ausgewählte DISKURSEBENEN , auf denen die Handlungsinitiativen der Akteur/innen sichtbar und erfasst werden		
		Vierteilige Videoserie <i>The Other Artist is Present</i> (TOiP 1-4) von Amir Baradaran auf YouTube	Kommentare zu allen vier YouTube-Videos TOiP 1-4	Websites der Akteur/innen (Auswahl)
Ausgewählte AKTEUR/INNEN der Inszenierungen	Amir Baradaran	Wie treten die beiden Künstler/innen als Akteur/innen in den Videos TOiP 1-4 auf?	Wie treten die beiden Künstler/innen in den Kommentarinhalten zu den Videos TOiP 1-4 auf?	Wie positioniert sich Baradaran als Künstler in den Einleitungstexten zu seinen Videos und auf seiner Website? Wie werden Abramović, die Kunstperformance und das Museum auf der Website und den YouTube-Kanälen des MoMA präsentiert?
	Marina Abramović	Wie sind die Kunstperformance und das Museum als Dispositiv als Akteure in den Videos TOiP 1-4 präsent?	Wie treten die Kunstperformance und das Museum als Dispositiv in den Kommentarinhalten zu den YouTube-Videos TOiP 1-4 auf?	
	Performance <i>The Artist is Present</i> (AiP) im MoMA und das Museum als Institution	Wie treten die wartenden Museumsbesucher/innen in den vier Videos TOiP 1-4 im Hintergrund auf?	Wie treten die Museumsbesucher/innen als Akteur/innen in den Kommentarinhalten zu den YouTube-Videos TOiP 1-4 auf?	Fotos der Museumsbesucher/innen auf der Website des MoMA und auf der Flickr-Seite des MoMA (siehe Kapitel 7.2.1)
	Die Museumsbesucher/innen	–	Inwiefern machen sich eine Selbstreflexion der Kommentator/innen und eine Kritik an anderen Nutzer/innen in den Kommentarinhalten zu den YouTube-Videos TOiP 1-4 bemerkbar?	–
	Kommentator/innen	–	Wie tritt YouTube als Medium für Baradans Reinszenierungen und als Dispositiv in den Kommentarinhalten zu den Videos TOiP 1-4 auf?	Wie tritt YouTube als strukturierendes Display der Videos auf der YouTube-Website auf?
	YouTube	–		

Die Anzahl der Aufrufe der vier Videos (im Folgenden *TOiP 1*, *TOiP 2*, *TOiP 3* und *TOiP 4* bezeichnet), die zwischen 02:39 und 03:00 Minuten lang sind, ist kontinuierlich im Laufe der letzten vier Jahre gestiegen, bei *TOiP 4* wurde zum Beispiel erst Anfang des Jahres 2013 ein stärkerer Anstieg der Aufrufe verzeichnet. Insgesamt hat *TOiP 1* 53.258 Aufrufe, *TOiP 2* 106.354 Aufrufe, *TOiP 3* 36.321 Aufrufe und *TOiP 4* nur 8.040 Aufrufe erhalten.⁹⁰¹ Zu jedem Video liefert Baradaran in einem langen Einleitungstext auf YouTube eigene Interpretationen seiner Performances und zählt deren intertextuelle Bezüge zu verschiedenen früheren Werken von Abramović auf. Im ersten Akt *Bodies and Wedding (TOiP 1)* setzt sich Baradaran in einem langen roten Kleid in mimetischer Anlehnung an Abramovićs dunkelblaue Robe zur Künstlerin an den Tisch (siehe Abbildung 9). Während des gesamten Videos sind Hintergrundgeräusche und Stimmen der wartenden Museumsbesucher/innen zu hören. Baradaran bringt seine Bewunderung für Abramović zum Ausdruck und spielt – wie er ebenfalls im Einleitungstext zum Video ausführlich erklärt – auf die schiitische Tradition der zeitlich begrenzten Ehe an, indem er um die Hand der Künstlerin anhält: „Dear Marina, I love you, I love your bodies of work, I love this particular body and I would love to be wedded to this body today. So I ask for your hand today in this very moment. [...] Would you accept this marriage, here and now?“⁹⁰²

Mit dem Zusatz „here and now“ spielt Baradaran einerseits auf die Präsenz des „Hier und Jetzt“ im März 2010 im MoMA an und andererseits auf die intermedial vernetzte Präsenz des Videos als Mitschnitt der Live-Performance auf YouTube, die Balme als „Metakommentar“ zu *The Artist is Present* als „Original“ bezeichnet, wie bereits in Kapitel 7.2.1 skizziert wurde.

*While Baradaran's four interventions were enacted in the here and now, their immediate and continuing afterlife is on the Internet where they have become part of the growing metacommentary generated by the original.*⁹⁰³

⁹⁰¹ Die Angaben zur Anzahl der Aufrufe sind vom 26.02.2015. Vgl. die tagesaktuellen Statistiken zu den vier Videos in der Playlist *The Other Artist is Present*, seit 17.03.2010 auf YouTube online unter: <http://www.youtube.com/watch?v=Al72FAOQdbw&index=3&list=PL2EE1E8A2A11D5485>. Alle Minutenangaben und Zitate aus den Einleitungstexten der Videos beziehen sich auf diese Quelle.

⁹⁰² Min 00:39–01:36.

⁹⁰³ Balme: *The Theatrical Public Sphere*, S. 192.



Abbildung 9: Amir Baradarans Reinszenierung von Marina Abramovićs Performance *The Artist is Present* im MoMA New York (Screenshot aus YouTube)

Im zweiten Akt *Behind the Canvas* (Video *TOiP 2*) setzt sich Baradaran wieder an den Tisch zu Abramović und verhandelt mit verschiedenen rot beschriebenen Leinenmasken, die sein Gesicht komplett verhüllen, abwechselnd die Narrative der Autorschaft und der Grenzen, Grenzziehungen und nationalen Identitäten: Die erste Maske trägt die Aufschrift „In and Out“, die sich auf Positionen innerhalb und außerhalb des Kunstmarktes, der Institution Museum oder auch auf Ländergrenzen beziehen kann. Die zweite Maske mit der Aufschrift „I am a nurse from New Zealand“ bringt Abramović zum Schmunzeln, da sie in der Bedeutung des Satzes ihre ‚Tarnung‘ auf Reisen wiederentdeckt, wo sie sich immer mit diesem Beruf vorstellt.⁹⁰⁴ Auf die folgende Maske mit der Aufschrift „non-resident alien“, die sowohl das Thema der Grenzen als auch der Identitäten beinhaltet, folgt eine Maske, die Roland Barthes’ Aufsatz „Tod des Autors“ zitiert und eine offensichtliche Referenz zur Beziehung zwischen Original und Kopie, zwischen Künstler/in und Amateur/in, zwischen Produzent/in und Rezipient/in herstellt. In der zweiten Hälfte des Videos knüpft

⁹⁰⁴ Diese Information wird den Rezipient/innen im Einleitungstext zum Video preisgegeben.

Baradaran erneut an das Motiv der (Länder-)Grenzen an und weckt beim Publikum Assoziationen zum Gefühl der Schutzlosigkeit und des Ausgeliefertseins bei Sicherheitskontrollen, indem er den Inhalt seiner Hosentasche offenlegt und Abramović seine Fingerabdrücke entgegenhält, die er mit einem mitgebrachten Stempelkissen anfertigt.

Das dritte Video von *The Other Artist is Present*, das Baradaran als dritten Akt *Other Trance* nennt, knüpft unmittelbar an den zweiten Akt an, was an seiner Kleidung und an dem noch immer auf dem Tisch liegenden Stempelkissen zu erkennen ist. Er singt ein Mantra aus der Sufi-Tradition in arabischer Sprache mit dem Text „Huwa Jameel wu Yahebbu Jameel“. Im Einleitungstext zum Video übersetzt er den Text („He is beautiful and he loves beauty“) und lenkt selbst die Aufmerksamkeit der Rezipient/innen darauf, dass der Text eine Anspielung auf Abramovićs Performance *Art Is Beautiful; Artist Must Be Beautiful* von 1975 ist. Baradarans Einleitungstext zum Video *TOiP 3* verfehlt seine Funktion als informierender Paratext, da er bei einigen YouTube-Nutzer/innen den Eindruck hinterlassen könnte, dass Baradaran die Interpretation seiner Performance gezielt in eine bestimmte, von ihm intendierte einzige Richtung lenken möchte. Dies veranschaulicht beispielsweise der folgende Satz aus dem Einleitungstext auf YouTube, in dem er die Interpretation seines Werks nicht den YouTube-Nutzer/innen überlässt, sondern den „Einbruch“ in Abramovićs künstlerisches Arrangement im MoMA selbst erklärt: „By awkwardly disrupting the clean, composed atmosphere, Baradaran has forced the museum to violate its own minimalist quarantine zone. By doing so, he has left a lasting poetic resonance“. Die Kritik an Baradaran in den geposteten Videokomentaren gibt die Reaktanz der YouTube-Nutzer/innen gegenüber diesem Paratext preis, wie das folgende Kapitel 7.2.3 zeigt.

Im vierten und letzten Video *TOiP 4* mit dem Titel *Reflections* knüpft er an diesen Gedanken an und thematisiert den Ausschluss aus dem Museum: Er drehte diesen Akt außerhalb des MoMA, da ihm laut Einleitungstext kein Zutritt mehr in das Gebäude gewährt wurde. Er sitzt an einem Holztisch direkt am Eingang des MoMA und setzt

⁹⁰⁵ Vgl. in Min 00:51–00:54 und 01:45–1:57.

sein arabisches Mantra aus dem dritten Akt fort. Von Abramović ist er nun durch die Glaswand des Museums getrennt. Museumsbesucher/innen bleiben kurz stehen und fotografieren ihn, bevor sie in das Museum eintreten.⁹⁰⁵ Thematisiert werden in diesem vierten Akt wie bereits im Video *TOiP 2* die Rollenverteilung Künstler/in versus Amateur/in und der Status innerhalb versus außerhalb des Kunstmarktes. Durch die Außenwand des Museums, das im Video *TOiP 4* einen großen Teil der Kadrierung der Kamera einnimmt, tritt das Museum als Institution im Sinne eines rahmenden, strukturierenden Dispositivs künstlerischer Inszenierungen hier besonders in Erscheinung.

Von den YouTube-Nutzer/innen wird diese ‚Unterwanderung‘ der Institution Museum und vor allem die Grenzüberschreitung zwischen Künstler und Besucher/innen allerdings nicht so positiv aufgenommen: Nutzer/in Laurie Hill ordnet in ihrem Kommentar auf YouTube Baradaran eher als Amateur ein, weniger als Künstler, wie sie am 02. September 2014 schreibt: „Infiltration“. That one word is enough for me. She is the performer not him“. Auf YouTube tritt somit eine erneute Reflexion durch die kommentierenden Nutzer/innen selbst ein, die hier die Inszenierung *in* der Inszenierung kontrovers aufgreifen. Nutzer/in Lulu Hap4 bemerkt:

What bothers me is that I assume security allowed him to do that because he's a recognized artist. All the other people who wanted to do something a little special were kicked out. It's not very fair.

Der initiierte Diskurs auf YouTube kann damit auch von Baradaran selbst nicht gesteuert werden, sodass keine eindeutige finale Rollenzuweisung Künstler/in versus Amateur/in oder Rezipient/in erfolgen kann. Baradarans Reinszenierung von Abramovićs Performance wird als einer der verteilten Akteure auf YouTube selbst zur kommentierten Performance.

7.2.3 YouTube als Display für partizipative Rezeption:

Videokommentare zu Amir Baradarans künstlerischer Reinszenierung

Alle Kommentare, die seit den Uploads der Videos *TOiP 1-4* am 17. März 2010 bis zum 27. August 2014 gepostet wurden, sind in der folgenden Inhaltsanalyse berücksichtigt worden. Farbdigramm 8 zeigt die Verteilung der Codehäufigkeiten bei den vier Videos im Vergleich. In den 30 geposteten Kommentaren zu *TOiP 1* wurden 67 Kommentarinhalte codiert, in den 41 Kommentaren zu *TOiP 2* 104 Inhalte, in den 32 Kommentaren zu *TOiP 3* 67 Inhalte, und in den 8 Kommentaren zu *TOiP 4* wurden 19 Kommentarinhalte erfasst.

Die Kommentarinhalte verteilen sich auf die Codes ‚Performance *TOiP* und Videos *TOiP 1-4*‘, ‚die Kunstrezipienten: Museumsbesucher / YouTube-Nutzer‘, jeweils die Künstler ‚Amir Baradaran‘ und ‚Marina Abramović‘, ihre ‚Performance *AiP* im MOMA‘ sowie ‚Sonstige/Spam‘. Der Code, der die ‚Kunstrezipienten‘ erfasst, gliedert sich zwar in die genannten Subcodes ‚Museumsbesucher‘ sowie ‚YouTube-Nutzer‘, um herauszufinden, ob und wie die Museumsbesucher/innen als Akteur/innen innerhalb der Kommentarinhalte auf YouTube auftreten. Die YouTube-Nutzer/innen wurden hier explizit auch als Kunstrezipient/innen codiert, da die Kommentator/innen sich durch ihren Selbstbezug als Akteur/innen in derjenigen YouTube-Öffentlichkeit positionieren, die zu *The Other Artist is Present* als künstlerische Reinszenierung entsteht. Der/die folgende Nutzer/in gibt zum Beispiel Auskunft zur Herkunft von Baradaran, der in Video *TOiP 3* auf Arabisch singt, aber eigentlich iranische Wurzeln hat:

[...] hi is not arab he is persian and he is friend of my father. he just sing like arab [...] (Nutzer/in *persiansina711* am 17.03.2010 zum Video *TOiP 3*)

Eine strikte Trennung zwischen den beiden Rezipientengruppen ‚YouTube-Nutzer‘ und ‚Museumsbesucher‘ war von beiden Künstler/innen jedoch nicht beabsichtigt und gestaltete sich manchmal schwierig, da in ihren Inszenierungen die Zuordnung der Kategorie der Kunstrezipient/innen zu einem bestimmten Wahrnehmungsmedium und -ort (YouTube oder Museum) bewusst unterlaufen werden sollte. Interessant ist bei diesem Code, dass in den Kommentaren zu den Videos *TOiP 1* und *TOiP 3* fast nur die YouTube-Nutzer/innen als Rezipient/innen erwähnt werden,⁹⁰⁶ während in den Kommentarinhalten zu *TOiP 2* und *TOiP 4* die beiden Subcodes genau gleich verteilt sind.⁹⁰⁷

Insgesamt sind die Kommentarinhalte bei *TOiP 1* und *TOiP 2* relativ gleichmäßig verteilt, bei den Videos *TOiP 3* und *TOiP 4* stehen jeweils ein oder zwei Codes deutlich hervor: Bei *TOiP 3* werden Baradarans Performance *TOiP* und die Videos in 30% der Kommentarinhalte thematisiert, während dieser Code in den Kommentaren zu den Videos *TOiP 1*, *TOiP 2* und *TOiP 4* in nur 21 bis 24% der Kommentarinhalte präsent ist (siehe Farbdigramm 8). Außerdem ist in den Kommentarinhalten zu *TOiP 3* und auch zu *TOiP 1* der Code ‚Die Kunstrezipienten: YouTube-Nutzer und Museumsbesucher‘ mit 27% beziehungsweise 24% sehr präsent. Bei *TOiP 4* ist hingegen der Code ‚Amir Baradaran‘ mit 32% viel häufiger vergeben worden als in den anderen drei Videos, in denen dieser Wert bei nur 13 bis 18% liegt. Das liegt vermutlich daran, dass *TOiP 4* außerhalb des Museums gedreht wurde und nur Baradaran alleine am Eingang zu sehen ist und nicht zusammen mit Abramović. Zu diesem Video sind auch die direkt auf das Museum MoMA bezogenen Kommentare mit 11% viel stärker vertreten, als im Fall der Videos *TOiP 1*, 2 und 3.

Insgesamt überraschen die Ergebnisse der Inhaltsanalyse darin, dass der Code ‚YouTube, Internet allgemein‘, der in den anderen Videobeispielen in den Kapiteln 4 bis 7.1 eine bedeutende Rolle spielte, hier überhaupt nicht vergeben werden konnte, wie in Farbdigramm 8 zu sehen ist. Die Rolle YouTubes oder auch des Internets allgemein als

⁹⁰⁶ Vgl. zu allen folgenden Angaben die Übersicht in Anhang D), Tabellen TD1b bis TD4b mit der Auflistung aller Subcodes und deren absoluter und relativer Häufigkeiten innerhalb der Codes zu den Videos *TOiP 1–4*: Von den insgesamt 27% beziehungsweise 24%, die der Code ‚Kunstrezipienten‘ an allen Kommentarinhalten zu *TOiP 1* beziehungsweise *TOiP 3* ausmacht, macht der Subcode ‚YouTube-Nutzer‘ jeweils 22% aus, der Subcode ‚Museumsbesucher‘ hingegen nur 5% beziehungsweise 2%.

⁹⁰⁷ Die Subcodes ‚YouTube-Nutzer‘ und ‚Museumsbesucher‘ machen in den Kommentaren zu *TOiP 3* jeweils 8% und zu *TOiP 4* jeweils 5% des Codes ‚Kunstrezipienten‘ aus.

Akteur der Performances – weder der von Baradaran noch der von Abramović – wird in den Kommentaren zu den Videos *TOiP 1-4* nicht thematisiert, obwohl das Internet innerhalb der Ästhetiken von Abramovićs und Baradarans Performances selbst eine zentrale Rolle spielt.

Der Code ‚Performance *TOiP*‘ und ‚Videos *TOiP 1-4*‘ wurde in die Subcodes ‚Kritik‘ und ‚Lob‘ unterteilt, sodass sichtbar gemacht werden konnte, dass sich die hier erfassten Kommentare zu *TOiP 1* und *TOiP 4* fast ausschließlich aus der Kritik an Baradaran und der an seiner Performance zusammensetzen, während sich unter den Kommentator/innen zu *TOiP 2* und *TOiP 3* auch einige – wenn auch sehr wenige – Fans des Künstlers finden lassen. Anlass zur Kritik bietet vielen Nutzer/innen Baradarans mimetischer und genau dadurch provokativer Performance-Titel *The Other Artist is Present*:

*I see only one artist and that's Marina. (Nutzer/in Carlos Cordero Vega am 27.03.2014 zu Video TOiP 1)*⁹⁰⁸

[...] she sat there in silence to show how a stare can intrude on someone's privacy. many people who sat in front of her after a few minutes broke down into tears. she is acting as a mirror for your emotions viewing it on video does not have the same impact. I don't get Amir's performance... i never got any of his tbh (Nutzer/in lafalalalalalalala am 28.01.2011 zu TOiP 1)

⁹⁰⁸ Vgl. ähnlich auch: Nutzer/in V G am 06.10.2013 zu *TOiP 1*: „What Other Artist? I only see one. Marina“ und Nutzer/in Voicecolors am 10.02.2013 zu *TOiP 2*: „I just saw one artist here“.

Einige Nutzer/innen erklären ihre Kritik an Baradaran ausführlicher damit, dass sie es „egoistisch“ finden, dass sich Baradaran in Abramovićs Performance selbst in Szene setzt, obwohl es „ihre“ Performance sei:

als Antwort auf TheEGog: @TheEGog Marina has said that when she's performing, since her work is all about the present, whatever happens during the performance is part of the piece. That still does not, however, take away from the fact that this was a highly selfish and disrespectful thing to do. The sign next to the square of light clearly stated that, the

artist invites you to sit in front of her in silence', and he deliberately went against that for the sake of his own art, and that's Incredibly egotistical. (Nutzer/in godessceline am 25.09.2011 zu TOiP 2)⁹⁰⁹

This was Marina's performance piece. The audience were invited on the condition that they remain motionless and completely silent, because that was the way she had envisioned it. She planned and prepared for this for a whole year; to do anything else but what is asked of you is disrespectful. This is HER piece. For another artist to walk into it and turn it into theirs is self-centered and egotistical, and Marina would have a whole lot to say about the way ego gets in the way of art. (Nutzer/in godessceline am 07.09.2011 zu TOiP 3)

Dieses Thema wird durch den zwei Jahre nach der Performance im MoMA erschienenen Dokumentarfilm *The Artist is Present* (2012) von Matthew Akers erneut entfacht, der die Vorbereitungen der Künstlerin für die Performance zeigt.⁹¹⁰ Er bringt neue Perspektiven in die Diskussion der Nutzer/innen auf YouTube ein, die so die ‚digitalen Spuren‘ der Performance aufzeigen.⁹¹¹ Manche Kommentator/innen argumentieren in ihrer Kritik an Baradaran mit Hilfe des Dokumentarfilms, indem sie darauf aufmerksam machen, dass nicht jede/r Besucher/in, der/die während Abramovičs Performance als künstlerisch produktive/r Rezipient/in auftreten wollte, geduldet wurde.

als Antwort auf ella bee: It's weird though. When I saw the The artist is present documentary, one guy put something on his head, and was led away immediately. The same thing happened with one girl who took her clothes off to ,join Marina in her vulnerability'. (Nutzer/in Rasmus Wegner am 12.03.2013 zu Video TOiP 2)

Im Gegensatz zu dieser Kritik an Baradarans Performance mutmaßen seine Fans, dass Abramović *The Artist is Present* im MoMA bewusst auf solche Interaktionen und die Reinszenierung im digitalen Raum ausgelegt hat.

⁹⁰⁹ Vgl. ähnlich auch: Nutzer/in Ashley Olivo am 24.03.2013 zu TOiP 1, Nutzer/in spareaxe am 03.11.2013 zu TOiP 2.

⁹¹⁰ Vgl. *The Artist Is Present*. Matthew Akers [Reg.]. 105 Min. USA 2012.

⁹¹¹ Ähnlich trägt auch das 2011 von Pippin Barr, Dozent im Bereich Digital Games an der Universität Malta, entwickelte Computerspiel *The Artist is Present* zur medialen Dokumentation der Performance außerhalb des MoMA bei. Das Spiel reinszeniert die Performance mittels eines Avatars, der darauf wartet, sich zur Künstlerin an den Tisch setzen zu können, und ist nur innerhalb der echten Öffnungszeiten des MoMA spielbar, siehe online unter: <http://www.pippinbarr.com/games/theartistspresent/TheArtistIsPresent.html>.

als Antwort auf Sol Usman: I think marina encourages it though... whatever people want to bring to the table she embraces... that's their own expression. (Nutzer/in ella bee am 10.03.2013 zu TOiP 2)

I think she put up this performance to give people the opportunity to experiment with her art, and do whatever they wanted in that chair. She makes her audience a part of the art. Nutzer/in TheEGog am 16.10.2010 zu TOiP 2)

interesting. They both are in their own mental constructions in that same space. emotional and isolated and yet keenly aware of each other. very beautiful. (Nutzer/in Echoamiadogo2 am 15.05.2010 zu TOiP 3)

Der folgende Kommentar geht explizit auf Abramović als steuernde Akteurin ein.

als Antwort auf Charlie: well, maybe he didn't want to participate in what was expected of him.. he doesn't want to follow (her) rules.. he is truly artistic. (Nutzer/in John Philipp Krois am 25.08.2013 zu TOiP 2)

In diesem Kontext thematisieren einige Kommentator/innen auch das Museum als kontrollierende Instanz, wie es bereits im Kommentar von Rasmus Wegner angedeutet wird, der/die die Macht des Museums mit einem Beispiel aus dem Dokumentarfilm *The Artist is Present* veranschaulicht. Baradaran verarbeitet dieses Motiv in seinem Video *TOiP 4*, die folgenden beiden Nutzer/innen sprechen es aber auch im Rahmen der Kommentare zu den Videos *TOiP 2* und *TOiP 3* an:

this is actually interesting. i see this guy as a parasitic artist (no offense). in order for him to create his art, intrusion of Marina's art is needed. (Nutzer/in Sol Usman am 06.09.2010 zu TOiP 2)

It demonstrates also that it is a controlled environment where chance is not supposed to happen but it does happen [...]. (Nutzer/in dbvalentine am 03.04.2010 zu TOiP 3)

In den Kommentaren zu Video *TOiP 4*, dessen zentrales Narrativ der Zugang zum Museum als etablierter Kunstinstitution ist, nimmt dieser Kommentarinhalt dementsprechend zu und macht sogar 11% aller Kommentarinhalte zu *TOiP 4* aus.

[...] His performance undermined hers and showed the weakness of her art - her performances are supposed to provoke, but when provocation gets out of control (like Badaran's), the MOMA [...] escort the bloke out of the museum. So, where's the so-called freedom of thought and speech? Certainly not in the moma's sponsored art... (Nutzer/in Wacek4444 am 31.05.2010 zu TOiP 4)

Trotz der vielen Kritik, die Baradarans Performance *The Other Artist is Present* in der YouTube-Öffentlichkeit erfährt, ermöglicht seine mediatisierte Inszenierung auf YouTube eine partizipative Rezeption als Kommentar sowohl zu Abramovičs transitorischer Performance *The Artist is Present* im MoMA als auch zu seiner eigenen, zeitlosen Performanz auf YouTube. Wie die Kommentarbeispiele verdeutlichen, generiert diese auf verschiedenen Diskursebenen wie den Videos und den Kommentaren Debatten über die Kunstwerke hinaus, in denen auch Fragen zum Museum als Kunstraum, Institution und rezeptionssteuerndes Dispositiv verhandelt werden. Baradarans Intention, mit Hilfe der langen Einleitungstexte zu allen vier Videos die Rezeption der YouTube-Nutzer/innen als das Publikum seiner Performances in eine bestimmte Richtung zu lenken, scheitert allerdings. In einem Akteursnetzwerk, an dem YouTube als Display und seine Nutzer/innen als kommentierende Rezipient/innen mitwirken, kann auch derjenige/diejenige, der/die selbst nur einen Dialog *über* und eine *Reinszenierung von* Abramovičs Arbeit führen möchte, keine absolute Interpretationshoheit über sein/ihr Werk beanspruchen. Diese/r Künstler/in ist selbst der Kritik der YouTube-Öffentlichkeit ausgesetzt. Damit wird sowohl das Museum als auch YouTube in seiner Funktion als künstlerisches Display „gleichsam zum Zwischenlager, zum Knotenpunkt für Feedbackschleifen der Aufmerksamkeit“⁹¹².

⁹¹² Nikolai Richter: „Post-Internet Art. Im Karneval der Zeichen“. In: *Zeit Online* (24.10.2014), online unter: <http://www.zeit.de/2014/42/digitalisierung-kunst-kuenstler>.

Die medial vernetzte Präsenz, die in Abramovićs Performance *The Artist is Present* in die Ästhetik des Werks von vornherein eingearbeitet worden ist, wird in ihrer darauffolgenden Langzeitperformance *512 hours*, die in der Londoner Serpentine Gallery im Sommer 2014 zu sehen war, komplett unterbunden: Film und Kameraaufnahmen waren verboten, die Besucher/innen durften keinen Fotoapparat, kein Handy und nicht einmal eine Uhr mit hinein nehmen und wussten nur, dass Abramović im Raum präsent sein würde; mehr wurde im Vorfeld nicht bekannt gegeben. Dennoch wird auch die Rezeption dieser Performance im Internet dokumentiert: auf der Blogging-Plattform Tumblr sind die eingescannten Gästebucheinträge durch die Gallery selbst veröffentlicht worden⁹¹³ und auf der Website der Serpentine Gallery sind tägliche, von Abramović jeweils um Mitternacht aufgenommene Videotagebücher zu ihren Erfahrungen während der *512 hours* eingestellt.⁹¹⁴ Diese Erfahrungsberichte sind allerdings ein viel stärkerer Ausdruck reiner Rezeption ihrer Kunst; eine eigene, *produktive* Rezeption, wie es Baradarans Performance auf YouTube darstellt, bleibt hier bislang aus.

Während der Akteur YouTube zu Ai Weiweis *Sunflower Seeds* vorrangig als ergänzendes Display für den künstlerischen *Produktions*prozess fungiert und von Baradaran als zusätzliches Display für die produktive und partizipative *Rezeption* von *The Artist is Present* genutzt wird, kann bei den *Tate Live Performances*, die im nächsten Kapitel vorgestellt werden, nicht von einer Reinszenierung gesprochen werden, da YouTube das einzige Display des Kunstwerks ist.

⁹¹³ Siehe online unter:
<http://512hours.tumblr.com/>.

⁹¹⁴ Siehe die Website zur Performance *512 hours* mit den „Marina's diaries“ online unter:
<http://www.serpentinegalleries.org/exhibitions-events/marinamidnight-serpentine-diaries>.

8. YouTube als mediales Dispositiv: Die YouTube-Öffentlichkeit als einziges Publikum der *Tate Live Performances* (2012 – 2014)

8.1 Die *Live Performances* der Tate Modern London als theatrales Ereignis auf YouTube

Während bei *Sunflower Seeds* die Gesamtinszenierung explizit aus der Installation in der Turbinenhalle der Tate und dem YouTube-Video *Ai Weiwei: Sunflower Seeds* besteht, ist bei den 2012 zum ersten Mal ausgestrahlten *BMW Tate Live Performances*⁹¹⁵ die Inszenierung ausschließlich auf YouTube zu sehen. Eine parallele Installation oder Ausstellung im Museum findet nicht statt. Neben dem Akteur des Online-Publikums auf YouTube gibt es somit keine weiteren, davon abzugrenzenden Akteur/innen der Museumsbesucher/innen. Hier ist eine komplette Verlagerung der Kunstöffentlichkeit auf YouTube zu beobachten, wobei das Videonetzwerk der erste und einzige Ort einer distribuierten statt lokalen Rezeption ist.

Im Kontext der Medien Film und Fernsehen wird der Begriff ‚live‘ als „zeitliche Übereinstimmung eines Ereignisses mit seiner Übertragung im Hörfunk oder Fernsehen, neuerdings auch im Internet bezeichnet“⁹¹⁶. Im Folgenden soll der Begriff der Liveness auf YouTube nicht nur im Sinne von gleichzeitiger Produktion und Rezep-

⁹¹⁵ Im Folgenden wird nur der gekürzte Name *Tate Live* verwendet. Das Projekt trägt den Namen des Automobilherstellers im Titel, da dieser der Projektpartner ist. Vgl. die Pressemeldung der Tate dazu am 13.10.2011: „Tate and BMW announce major new international partnership: BMW Tate Live“, online unter: <http://www.tate.org.uk/about/press-office/press-releases/tate-and-bmw-announce-major-new-international-partnership-bmw-tate>.

⁹¹⁶ Ingrid Brück: „Live“. In: Helmut Schanze; Susanne Pütz (Hrsg.): *Metzler-Lexikon Medien-theorie – Medienwissen-schaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe*. Stuttgart: Metzler 2002, S. 186–188, hier S. 186.

tion verstanden werden, sondern die *Tate Live Performances* sind auch von einer theatralen Liveness gekennzeichnet, da im Einklang mit Auslander ‚live performance‘ und ‚mediatized performance‘ nur zwei Seiten einer Medaille sind,⁹¹⁷ wie bereits in Kapitel 2.1.1 skizziert wurde. Der Akt des Hochladens beziehungsweise Live-Schaltens auf YouTube macht die im Video gezeigte Performance in der Tate während der Live-Übertragung zur Theaterinszenierung. Sonst ist kein/e Zuschauer/in im *Performance Raum* anwesend. In diesem Sinn erklärt Birgit Wiens den Begriff der theatralen Liveness in Bezug auf intermediale Performances treffend:

*Liveness – nicht notwendig also als Ereignis unter den Bedingungen leiblicher Co-Präsenz, sondern als Spiel im ästhetischen Spannungsfeld zwischen Anwesenheit, Abwesenheit und Telepräsenz (einschließlich der sich daraus ergebenden Wahrnehmungsirritationen auf der Seite des Publikums) – erweist sich als Charakteristikum der intermedialen Bühne.*⁹¹⁸

Dabei sei die „Durchdringung des materiellen Raums durch virtuelle Räume und Imaginationen“⁹¹⁹ einer der wesentlichen Bestandteile zeitgenössischer Theaterästhetiken, wie Wiens in ihrer umfangreichen Studie zur intermedialen Szenographie zeigt. Das Wechselspiel zwischen theatralen, musealen und virtuellen Räumen zwischen YouTube und der Tate spielt auch im Netzwerk der *Tate Live Performances* eine zentrale Rolle. Damit ergeben sich die folgenden Fragen: Wie wird über die rein zeitliche Liveness hinaus die Liveness des Theaters als Medium in die Performances auf YouTube transferiert? Wie tritt das Museum Tate weiterhin als mediales Dispositiv auf? Inwiefern werden die Wahrnehmungsbedingungen von YouTube – wie zum Beispiel die globale zerstreute Rezipierbarkeit – in den Performances verhandelt? Zu den Zuschauer/innen der *Tate Live Performances* können nur diejenigen in der YouTube-Öffentlichkeit gezählt werden, die die Live-Übertragung anschauen, nicht aber diejenigen, die Videos der Performances nachträglich im YouTube-Kanal der Tate aufrufen. Diese gehören zur erweiterten Kunstöffentlichkeit der Tate.

⁹¹⁷ Vgl. Auslander: *Liveness*, S. 162.

⁹¹⁸ Wiens: *Intermediale Szenographie*, S. 114. Vgl. zur den besonderen Relationen und Veränderungen von Körper, Raum und Zeit in „Digital Performances“ unter Einbindung des historischen und theoretischen Kontextes ausführlich: Steve Dixon: *Digital Performance. A History of New Media in Theater, Dance, Performance Art, and Installation*. Cambridge, Mass. u.a.: MIT Press 2007.

⁹¹⁹ Wiens: *Intermediale Szenographie*, S. 114.

8.1.1 Die Performer/innen im Tate Live Performance Room 2012 – 2014

Wie der damalige Leiter der Tate, Chris Dercon, in einem Imagetrailer vom 15. Februar 2012 zur neuen Veranstaltungsreihe *Tate Live* im bereits seit zehn Jahren aktiv betriebenen YouTube-Kanal der Tate verkündet, sei der grundlegende – sehr optimistische – Anspruch der Online-Performances derjenige, ein partizipierendes, globales virtuelles Publikum zu schaffen: „Audiences today worldwide, they want to participate, they want to establish direct contact.“⁹²⁰ Aus der Perspektive von Museen betrachtet, dreht das ästhetische Konzept von *Tate Live* gewohnte Ausstellungskonzepte um, bei denen die Museumbesucher/innen vor Ort sind, die Künstler/innen allerdings nicht, außer etwa bei der Ausstellungseröffnung. Bei *Tate Live* stehen die Künstler/innen für ein Publikumsgespräch mit der Kuratorin im Anschluss an ihre Performances im leeren Raum bereit, obwohl die Zuschauer/innen beim Gespräch nur durch ihre über YouTube übermittelten Fragen im *Performance Room* präsent sind. Für die Dauer der Inszenierung können Zuschauer/innen, die sich auf Twitter, Google+ oder Facebook einloggen, das Gesehene kommentieren und unter dem Hashtag #BMW TateLive Fragen an die Künstler/innen und die Tate schicken, die in einem Gespräch zwischen der Kuratorin von *Tate Live* und den jeweiligen Künstler/innen direkt im Anschluss an die Performances beantwortet werden.

Die besondere Liveness der *Tate Live Performances* ist vor allem durch den transitorischen Charakter der Kommentare erfahrbar. Diese werden bei Aufrufen der Microsite von *Tate Live* auf YouTube nacheinander chronologisch eingeblendet und verschwinden nach einiger Zeit wieder, ähnlich einem ständig aktualisierten Newsfeed. Der/die Zuschauer/in wird somit dazu gezwungen, die Live-Sendung anzuschauen, wenn er/sie das gemeinsame Erlebnis des Zuschauens und Kommentierens erleben und sich nicht mit dem im Nachhinein hochgeladenen Dokumentationsvideo begnügen möchte, das zwar die Darbietung der Künstler/innen in der Tate ‚konserviert‘, in dem aber die Interaktion des Publikums als Bestandteil des Kunstwerks *Tate Live* fehlt.

⁹²⁰ Min 0:00–0:08 im Trailer
Chris Dercon introduces
BMW Tate Live Performance
Room auf YouTube, seit
15.02.2012 online unter:
<http://youtu.be/kf77fzBOoNo>.

Am 22. März 2012 strahlte Tate die erste Live-Performance aus: *Shirtology 2012* des französischen Choreografen und Tänzers Jérôme Bel. Während *Shirtology* bereits 1997 performt und 2012 für die Tate adaptiert wurde, entwirft der in Buenos Aires geborene Choreograf Pablo Bronstein mit *Constantinople Kaleidoscope* eine Choreografie eigens für den *Performance Room*, die im April 2012 auf YouTube gesendet wurde. Anschließend waren im Mai die Performance *I am a helicopter, camera, queen* der US-amerikanischen Performance-Künstlerin Emily Roysdon und im Juni die Performance *Where I'm Calling From* des ebenfalls aus den USA stammenden Künstlers Harrell Fletcher zu sehen. Im Imagetrailer für die *Tate Live Performances* im folgenden Jahr 2013 wird das Konzept ein wenig anders vorgestellt als noch im Trailer zur Auftaktveranstaltung 2012, hier spielt die *Verflechtung* der Online-Performances mit Workshops, Diskussionen und *Performance Events* mit Publikum vor Ort im Museum eine wichtigere Rolle als die tatsächlich nur auf YouTube übertragenen Performances im *Tate Live Performance Room*. Dieser ist in den Jahren 2013 und 2014 nur noch einer der Bestandteile des künstlerischen Konzeptes von *Tate Live*.⁹²¹ Außerdem werden die einzelnen Online-Performances seit 2013 jeweils mit Trailern vorab auf YouTube und auf der Website der Tate beworben. Im Jahr 2013 waren die folgenden Künstler/innen vertreten: Die US-amerikanische Video- und Performance-Künstlerin Joan Jonas bildete den Auftakt im Februar, der chinesische Künstler Liu Ding, der 2009 den chinesischen Pavillon auf der Biennale in Venedig konzipiert hat, folgte im Mai, der japanische Künstler Meiro Koizumi im Juni, die niederländische Künstlerin und Dozentin Nicoline van Harskamp im September, der isländische Künstler Ragnar Kjartansson zur Biennale in Venedig Ende Oktober sowie im Dezember 2013 der belgische Choreograph Daniel Linehan. Im Jahr 2014 wurden die gezeigten Künstler/innen im *Performance Room* noch enger mit den *Performance Events* vor Ort in der Tate verzahnt, da zwei der fünf Online-Performances in beiden Veranstaltungsformaten auftraten: zum einen die Londoner Performerin Cally Spooner im Januar,

⁹²¹ Vgl. die ausführliche Beschreibung zu *BMW Tate Live 2013* und zu *BMW Tate Live 2014* auf der Website der Tate, online unter: <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/eventseries/bmw-tate-live-2013> sowie <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/eventseries/bmw-tate-live-2014>.

zum anderen die in Belgrad geborene Choreografin, Dramaturgin und Autorin Bojana Cvejić im Mai. Außerdem waren im *Performance Room* 2014 im September die tunesischen Choreograf/innen, Tänzer/innen und Geschwister Selma und Sofiane Ouissi, im Oktober die Schweizer Choreografin Alexandra Bachzetsis sowie im Dezember die Berliner Künstlerin Nora Schutz zu sehen.⁹²²

Die von der Tate in ihrem *Tate Report 2013/2014* veröffentlichten Daten zu den Zugriffen auf die Videos der *Tate Live Performances* sind nur vage: „Four performances were watched a total of 124,000 times by people around the world.“⁹²³ Die Videoaufrufe sind auf YouTube zwar sichtbar, geben aber nicht die Zuschauerzahlen der Live-Performances wider, sondern nur die Anzahl der Zugriffe auf die nach den Live-Performances auf YouTube geladenen Dokumentationsvideos: Die Anzahl der Aufrufe der Videos, die den Mitschnitt der Online-Performances und der Künstlergespräche zeigen, variieren je nach Künstler/in: Während zum Beispiel das Video zu Jérôme Bels Performance 8.421 Aufrufe erreicht hat, wurde Harrell Fletchers Performance seit 2012 nur 1.767 mal aufgerufen.⁹²⁴ Diese einzelnen Videos der Performances sind die Knotenpunkte im Akteursnetzwerk *Tate Live*, das zusätzlich zu den Videos die Live-Kommentare der Zuschauer/innen als Diskursebenen beinhaltet.

8.1.2 Akteur/innen und Diskursebenen des Netzwerks Tate Live Performance

*Performance is when the artwork becomes public. [...] the comments of the audience belong to the performance but not to the artwork.*⁹²⁵

An Jérôme Bels Aussage im Gespräch mit der Kuratorin von *Tate Live* im Anschluss an seine Performance *Shirtology 2012* wird deutlich, wie schwierig die Abgrenzung von Begriffen wie Performance und Kunstwerk ist und was überhaupt mit Performance gemeint ist, wenn YouTube als Display zum Aufführungsort wird. Laut Bel gehört die Agency des Publikums nicht zum Kunstwerk, sondern ‚nur‘ zur Performance.

⁹²² In diesem Kapitel werden nur die Performances von März 2012 (Start der Reihe) bis September 2014 analysiert.

⁹²³ Tate Modern London (Hrsg.): *Tate Report 2013/2014*, S. 15, online auf der Website der Tate unter: <http://www.tate.org.uk/download/file/fid/42181>.

⁹²⁴ Stand dieser Zugriffszahlen ist der 01.03.2015. Vgl. die tagesaktuellen Videostatistiken zu allen Videos in der Playlist von *Tate Live* im YouTube-Kanal der Tate, online unter: <http://www.youtube.com/playlist?list=PL7B555916AE949967>.

⁹²⁵ Jérôme Bel im Gespräch mit der Kuratorin von *Tate Live* nach seiner Performance *Shirtology 2012* am 22.03.2012 im *Tate Live Performance Room* auf YouTube.

An der Aufteilung der von der Tate konzipierten YouTube-Seite sieht man hingegen, dass das Museum seinerseits dem Publikum und den geposteten Kommentaren als Co-Akteure des Kunstwerks einen großen Stellenwert beimisst. Die Aufmerksamkeit der Zuschauer/innen wird durch das sukzessive Einblenden der geposteten Kommentare im ‚Newsfeed‘ am rechten Rand des virtuellen *Performance Rooms* bewusst gelenkt. Die Performance ist nur noch *ein* Bestandteil der Live-Session als Gesamtinszenierung, wie Abbildung 10 zeigt.

Die von Jérôme Bel genutzten Begriffe sollen somit bei der Auswertung der Kommentarinhalte genau umgekehrt gelten: Sowohl die live übertragenen Performances in der Tate als auch die Performanz auf YouTube, an der das kommentierende Publikum teilhat, werden als Kunstwerk aufgefasst, als Netzwerk aus Inszenierung und Öffentlichkeit. Über die Agency des Akteurs YouTube werden die räumlich von der Performance und auch voneinander getrennten Zuschauer/innen in einem künstlerischen Handlungs- und Diskursraum vereint.

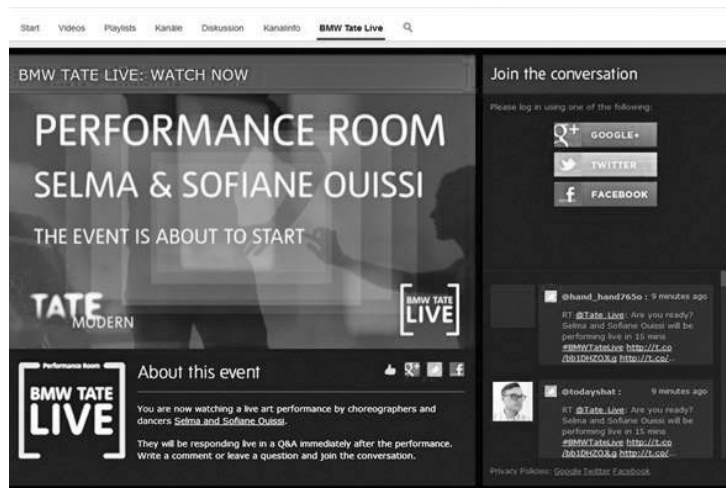


Abbildung 10: Der Tate Live Performance Room auf YouTube

Tabelle 6 zeigt, wie die verschiedenen Akteur/innen der Inszenierungen auf den Diskursebenen der Videos und der Live-Kommentare agieren und die Netzwerköffentlichkeit zwischen Museum und Internet bilden.

Tabelle 6: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen in den jeweiligen Tate Live Performances auf YouTube (eigene Darstellung)

		Ausgewählte DISKURSEBENEN , auf denen die Handlungsinitiativen der Akteur/innen sichtbar und erfasst werden ⁹²⁶	
		YouTube-Video der Performance	Live-Kommentare auf YouTube während der Performance
Ausgewählte AKTEUR/INNEN der Inszenierungen	Die Künstler/innen der jeweiligen Online-Performance	Wie treten die Künstler/innen in den Performances und im Gespräch mit der Kuratorin von Tate Live auf?	Wie treten die Künstler/innen als Akteur/innen in den Kommentarinhalten zum jeweiligen Video auf?
	Tate Modern als kuratierendes Museum	Wie wird die Tate im Ausstellungsraum YouTube sichtbar?	Wie tritt die Tate als Institution in den Kommentarinhalten zum jeweiligen Video auf?
	Akteur/innen innerhalb der Online-Öffentlichkeit als einzige Zuschauer/innen	Die Kuratorin liest zwar im Künstlergespräch Fragen und Reaktionen der Live-Kommentator/innen vor, aber werden die physisch abwesenden Zuschauer/innen auch in die Ästhetik der Performances integriert?	Wie macht sich eine Selbstreflexion des Publikums in den Kommentarinhalten zum jeweiligen Video bemerkbar?
	YouTube als mediales Dispositiv	Wie werden die Wahrnehmungsbedingungen, die YouTube als Dispositiv bietet, in der Performance der Künstler/innen reflektiert und in welcher Weise tritt YouTube als technologischer Akteur in den Performances auf?	Wie tritt YouTube als mediales Dispositiv in den Kommentarinhalten zum jeweiligen Video auf?

⁹²⁶ Die Diskursebene der Medienberichterstattung wird im vorliegenden Kapitel nicht untersucht, der Fokus liegt hier auf dem Akteursnetzwerk zwischen YouTube, dem Museum, den Künstler/innen und den Zuschauer/innen.

Die Performances finden zwar im medialen Dispositiv YouTube statt, dennoch ist die Handlungsinitiative der Tate als Museum durch die Auswahl und Präsentation der Künstler/innen präsent und gleicht einer „glaubwürdigen identitätsstiftenden Selektion“⁹²⁷. Gerlach hebt

⁹²⁷ Gerlach: „Online-Videoportale als hybride Ausstellungs-räume“, S. 129.

diese Funktion der Institution Museum im Rahmen der Präsentation von Videokunst in Netzwerken wie YouTube hervor:

*Die soziale Rolle des Museums in Bezug auf Kategorisierung, Archivierung und Kanonisierung künstlerischer Artefakte, aber vor allem die Bedeutung institutionell gebundener Glaubwürdigkeit im sozialen Aushandlungsprozess der Kunst ist durch eine gesteigerte Sichtbarkeit künstlerischer Videos in personalisierten netzwerkbasierten Ausstellungsformen nicht obsolet geworden.*⁹²⁸

⁹²⁸ Gerlach: „Online-Videoportale als hybride Ausstellungsräume“, S. 129.

Auch wenn Gerlach von hybriden Ausstellungsräumen spricht, also YouTube als Display *in Ergänzung* zum Museum analysiert, kann ihr Argument auf *Tate Live* übertragen werden: Zahlreiche Kommentator/innen wirken zwar am Kunstwerk auf YouTube mit, dennoch besitzen der/die angekündigte Künstler/in und die Institution Tate weiterhin eine starke Handlungsmacht, die hier nicht mit den anderen YouTube-Nutzer/innen als Rezipient/innen der Performances äquivalent ist. Die Methode der ANT zeigt diese verteilte Autorschaft auf, die mit Hilfe von YouTube entsteht, impliziert aber nicht automatisch, dass die *unterschiedlichen* Rollen der Akteur/innen des Netzwerks ignoriert werden müssen, sondern es kann vielmehr genau beleuchtet werden, welche Rollen das Museum, die Künstler/innen und die YouTube-Nutzer/innen als Zuschauer/innen im Netzwerk von *Tate Live* jeweils übernehmen.

8.2 Die Diskursebene der Performances als Spiegel der Produktions- und Rezeptionsbedingungen im Dispositiv YouTube

8.2.1 Wechselnde Identitäten und die Erweiterung des Bühnenraums

Anhand übergreifender strukturierender Merkmale soll im Folgenden die Diskursebene der Performances von 2012 bis 2014 näher beleuchtet werden.⁹²⁹ In der ersten, circa 17 Minuten langen Performance *Shirtology 2012* von Jérôme Bel ist im leeren Raum ein Performer zu

⁹²⁹ Alle im Folgenden angesprochenen YouTube-Videos der Performances von 2012 bis 2014 (Dokumentationen und Trailer) sind im YouTube-Kanal der Tate unter der Playlist *BMW Tate Live* zu finden, online unter: <http://www.youtube.com/playlist?list=PL7B555916AE949967>. Alle folgenden Minutenangaben zu den Videos stammen aus dieser Quelle.

sehen, der zahlreiche T-Shirts, die er übereinander trägt, nacheinander auszieht.⁹³⁰ Während hier verschiedene Sporttrikots und T-Shirts mit aufgedruckten ‚Aufforderungen‘ wie zum Beispiel „Dance or Die“, „Shut up and dance!“ oder „Relax“ zum Vorschein kommen, die der Performer jeweils befolgt, bildeten in der ersten Inszenierung von *Shirtology* 1997 vor allem aufgedruckte Werbeslogans das Narrativ der Performance. Gerald Siegmund schreibt diesbezüglich, dass die Slogans „einerseits den Körper erneut als lesbaren Körper markieren, andererseits aber auch Entwurfscharakter haben, sich den Träger als bestimmtes Subjekt vorzustellen“⁹³¹. *Shirtology 2012* lässt sich ebenfalls als eine Anspielung auf die zahlreichen individuell gesteuerten Selbstinszenierungen des eigenen Körpers und Charakters innerhalb der Gesellschaft deuten, aber durch die Reinszenierung auf YouTube kann die Performance auch als Anspielung auf den permanenten Identitätenwechsel im Internet verstanden werden: Nutzer/innen hinterlassen mit ihren *nicknames* in YouTube-Kanälen über ihre Facebook-Profile und verschiedene Kommentare Spuren im Netz und wechseln zwischen unterschiedlichen Identitäten und Rollen online und offline hin und her. Während bei Bel die Schriftzüge auf den T-Shirts die Choreografie der Performance vorgeben, ist *Draw Without Looking* der Performance-Künstlerin Joan Jonas darauf ausgelegt, auf Papier gedruckte Anweisungen durch eine Choreografie im Raum und Zeichnungen auf eine Leinwand zu visualisieren, wobei Joan Jonas im Gegensatz zu Jérôme Bel zusätzlich mit Lichteffekten und Musik auf ein ausdrucksstarkes Bildertheater setzt.

Das Spiel mit der Wahrnehmung der virtuellen Zuschauer/innen und die Illusion werden bei Pablo Bronsteins *Constantinople Kaleidoscope* durch theatrale Requisiten erzeugt: Der zur Verfügung stehende *Performance Room* wird im Stil der Bühnenbilder, die an die Kunst des Trompe-l'Œil aus der Barockzeit angelehnt sind, durch große Spiegel, die von mehreren Performer/innen anhand einer bestimmten Choreografie bewegt werden, optisch vergrößert. Die Bewegung der Spiegel gewährt den Zuschauer/innen nicht nur verschiedene Pers-

⁹³⁰ Vgl. den Screenshot aus der Performance in Anhang E, Abbildung E1.

⁹³¹ Gerald Siegmund: *Abwesenheit. Eine performative Ästhetik des Tanzes*. William Forsythe, Jérôme Bel, Xavier Le Roy, Meg Stuart. Bielefeld: transcript 2006, S. 331 (=TanzScripte Bd. 3).

pektiven auf den Tänzer Pablo Bronstein, sondern auch einen Einblick in den Produktionsprozess der Live-Aufnahme. Dies geschieht, indem die filmische Aufzeichnung schon vor Beginn der Performance über YouTube live geschaltet wird. So verfolgen die Zuschauer/innen von ihren persönlichen Bildschirmen aus die Vorbereitungen für die Performance. Auch während der Performance selbst zeigen die Spiegel, die von mehreren Performer/innen gedreht werden, immer wieder die Regie, die Kameras, die Stative und die Beleuchtung. Aus dem Off sind die den Performer/innen zugerufenen Regieanweisungen bezüglich der Positionierung der Spiegelwände zu hören.⁹³² In der zweiten Szene der Performance⁹³³ ist Pablo Bronstein als Tänzer zu sehen, in vierfach gespiegelter Ansicht. Der Blick auf den Tänzer wird für die Zuschauer/innen ausschließlich über die Spiegel gewährt. Im weiteren Verlauf der Performance wechseln sich die Sequenzen, in denen die Performer/innen die Spiegel drehen, mit den Sequenzen ab, in denen die Spiegel still stehen und so Pablo Bronsteins Choreografie zeigen können.⁹³⁴ Direkt nach der Performance verfolgen die Zuschauer/innen die Vorbereitungen zum Gespräch zwischen Bronstein und den Kuratorinnen: es ist Stühlerücken, die Anpassung des Mikrofons und das Abschminken des Künstlers zu sehen.⁹³⁵ Die Zuschauer/innen sind so live dabei, wenn Bronstein seine Rolle wechselt, vom Tänzer zum Teilnehmer am Künstlergespräch. Diese Transparenz des künstlerischen Produktionsprozesses ist eine sichtbare Ausprägung der Liveness auf YouTube, als unmittelbare und ungefilterte Momentaufnahme dessen, was im *Performance Room* in London geschieht. Die Zuschauer/innen werden ununterbrochen durch den gesamten Prozess der Inszenierung geführt. Die Kamerastative und Beleuchtungen, die in der Performance sehr präsent sind, werden nicht nur im Raum in der Tate zu technologischen Akteuren, sondern auch auf YouTube, da sie durch die Verschiebungen der Spiegelwände innerhalb der Performance im wahrsten Sinne des Wortes ‚widergespielt‘ und so auch für die Zuschauer/innen vor ihren Bildschirmen zuhause sichtbar werden.

⁹³² Vgl. Min 01:00–05:12.

⁹³³ Vgl. Min 05:12–06:12.

⁹³⁴ Vgl. Min 06:23–07:10.

⁹³⁵ Vgl. Min 10:24–12:30.

Die Erweiterung des Bühnenraums ist auch in Emily Roysdons Performance *I Am a Helicopter, Camera, Queen* Teil der Dramaturgie, sie wird aber nicht durch Spiegel erzeugt, sondern durch die tatsächliche Öffnung des Bühnenraums. Außerdem steht hier wie bei Jérôme Bels *Shirtology 2012* die Performativität des eigenen Körpers im Zentrum. Die Performance beginnt damit, dass 105 von der Künstlerin per Casting ausgewählte freiwillige Akteur/innen, die sich „mit den Begriffen ‚queer‘ oder ‚feministisch‘ identifizieren können“⁹³⁶, 45 Sekunden lang mit einem ruhigen Blick in die Linse der im *Performance Room* aufgestellten Kamera starren. Die Beziehung Performer/in – Publikum wird in diesen ersten Videosequenzen allerdings umgedreht, da die Menschenmasse im Raum die nicht physisch anwesenden Zuschauer/innen beobachtet, die sich für die Performer/innen nur durch den Blick in die Linse der Kamera greifen lassen. In den folgenden Sequenzen präsentieren die Akteur/innen eine Choreografie im Raum, die von Roysdon konzipiert wurde und durch Anweisungen vermittelt wird, die auf dem Boden des Raumes gedruckt sind.⁹³⁷ Während der Performance kehrt der jetzt nur noch ein paar Sekunden dauernde Blick der Masse – diesmal mit Zwischenrufen – in und leicht neben die Kamera immer wieder.⁹³⁸ Die Zuschauer/innen vor dem heimischen Bildschirm werden für kurze Zeit als Beobachter/innen der Situation zu Beobachteten. Die Kamera wird kurz vor der Schlusszene mit weißen Schnüren behängt, sodass die Sicht auf die Performance im Raum leicht eingeschränkt ist.⁹³⁹ Danach wird die Schlusszene eingeläutet: Alle 105 Teilnehmer/innen bilden auf dem Boden liegend eine Schlange aus dem Raum heraus, die bis in die Turbinenhalle der Tate reicht. Die Performance wird von Emily Roysdon bewusst nicht ausschließlich im *Performance Room* verortet, sondern die Kamerafahrt ermöglicht die Ausweitung auf die Turbinenhalle. So wird der von der Tate vorgesehene begrenzte Theaterraum durch die Performer/innen selbst vergrößert – die geschlossene *black box* somit aufgebrochen. Gleichzeitig hält einer der Performer als ‚Abspann‘ eine Zeitung in die Kamera mit einer handgeschriebenen Notiz, die dazu

⁹³⁶ Vgl. die Beschreibung der Performance im Einführungstext auf YouTube.

⁹³⁷ Der bedruckte Boden ist unter anderem in Min 01:10 gut sichtbar.

⁹³⁸ Vgl. in Min 04:04–04:55; 06:11–07:12 und 08:07–08:47.

⁹³⁹ Vgl. Min 09:50 bis 10:12.

dient, anhand eines Wortspiel zwischen den Begriffen ‚Live‘ und ‚Life‘ und zwei verdrehten Buchstaben das Narrativ des *queer performers* schriftlich zu untermauern: „Life from Tote Madern. Live. 100 queer feminists delivered live to your own device“.

Die räumlichen Anordnungen der Performances *I Am a Helicopter, Camera, Queen* von Emily Roysdon und *Constantinople Kaleidoscope* von Pablo Bronstein veranschaulichen die gegenseitige Rahmung von YouTube als Display sowie vom Museum als Bühnenraum. In den folgenden Beispielen wird dieses Verhältnis über die Motive in den Performances ausgedrückt.

8.2.2 Partizipative Produktion und die (gescheiterte) Fokussierung der Aufmerksamkeit

Die bereits in Emily Roysdons Performance angewandte partizipative Produktion, die durch die Performativität der 105 Körper in Erscheinung tritt, wird auch in der letzten Performance des Jahres 2012, *Where I'm Calling From* von Harrell Fletcher, angewandt. Im Sinne des Crowdsourcing als Merkmal der Medienkultur auf YouTube, tritt der Künstler hier komplett in den Hintergrund und versteht sich selbst eher als „Kurator“, wie er im Künstlergespräch betont. Fletcher kürt einen ausgewählten Straßenmusiker aus Londons U-Bahn zum alleinigen Akteur seiner Performance und überlässt ihm den *Performance Room* der Tate. Auf diese Weise wolle er dem Musiker die globale Plattform der YouTube-Öffentlichkeit als Gegensatz zum lokalen Publikum in der U-Bahn bieten. In solch einer partizipativen Ästhetik ist der Grat zwischen der positiv konnotierten Formulierung des ‚Plattform Bietens‘ als „socially engaged work“⁹⁴⁰ und der negativen des ‚Ausstellens‘ im Sinne des ‚Vorführens‘ schmal und das Konzept kann sehr kontrovers aufgefasst und interpretiert werden. Fletcher versucht allerdings, die Gefahr des ‚Vorführens‘ zu unterlaufen, indem er den Straßenmusiker nicht nur spielen lässt, sondern ihn mitten in der Performance nach seinem Werdegang als Straßenmusiker sowie nach seinen aktuellen Spielorten in London befragt⁹⁴¹ und mit ihm

⁹⁴⁰ Die künstlerische Arbeit von Harrell Fletcher wird im Einführungstext zum Video der Performance auf YouTube als eine Form von „socially engaged art“ beschrieben.

⁹⁴¹ Vgl. in Min 10:23–12:40.

gemeinsam die vom Publikum auf YouTube geposteten Fragen im anschließenden Künstlergespräch beantwortet.

Statt des lokalen öffentlichen Raums in London integrieren Cally Spooner und Nicoline van Harskamp die *Online*-Öffentlichkeit in ihr ästhetisches Konzept für den *Performance Room*: Cally Spooners *And You Were Wonderful, On Stage*, eine Live-Performance in Ergänzung zur Aufführung ihres gleichnamigen Musicals am 21. Februar 2014 in der Tate, ist eine Mischung aus einer Musicalprobe und einem Trailer für einen fiktiven beziehungsweise noch nicht gedrehten Film. Cally Spooner lässt eine der Protagonistinnen gepostete Kommentare zu YouTube-Videos aus einem anderen Kontext nachsingen, die gleichzeitig als Schriftinserts im Bild eingeblendet werden.⁹⁴² Bei dieser Performance ist bewusst offengehalten, welche Sequenzen tatsächlich live aus dem *Performance Room* gesendet werden und welche nicht. Nicoline van Harskamp ruft die Zuschauer/innen im Zuge ihrer Performance *English Forecast* am Anfang der Live-Übertragung dazu auf, die in der Performance formulierten Sätze nachzusprechen und die Aufnahmen als Audio- oder Videodateien an die Künstlerin zu schicken, damit sie in zukünftigen Stücken verarbeitet werden können.⁹⁴³ Die Performance *English Forecast* fokussiert die Frage, wie sich die englische Sprache je nach regionaler Prägung ihrer Nutzer/innen mit Fokus auf Nichtmuttersprachler/innen in Zukunft entwickeln wird.

Mit dem Motiv der Sprache setzen sich innerhalb der *Tate Live*-Reihe 2013 auch weitere Performances auseinander. Das *untitled duet* des Choreografen Daniel Linehan visualisiert mittels Tanz die unterschiedlichen sprachlichen Dynamiken und insbesondere die wechselnden Sprachrhythmen und Betonungen, die während menschlicher Konversationen zu beobachten sind. Die Ohnmacht der Sprache beziehungsweise der permanente Versuch, sie zu unterbinden, bildet das Narrativ der Performance von Meiro Koizumi: In seiner Performance *The Birth of Tragedy*, einem leicht abgewandelten Reenactment seines Videos *It's a comedy*, das 2012 in einer Ausstellung in Neu-Delhi gezeigt wurde, liest ein Performer vor einem schwarzen Vorhang an

⁹⁴² Min 00:20–00:30; 02:10–02:39; 03:35–04:35 und 06:08–06:24.

⁹⁴³ Vgl. das Schriftinsert im Video von Min 00:53–01:02: „Following the event, the artist invites you to send in your audio or video recording of 'English Forecast' via the free service WeTransfer to english.forecast@gmail.com. She will incorporate selected entries in the continuation of her work on the topic of international English, of which she will keep you informed individually“.

einem Tisch sitzend aus Nietzsches *Der Antichrist – Fluch auf das Christentum* vor. Dabei wird er von fünf weiteren Performern nach und nach massiv gestört. Von diesen Akteuren sind jedoch nur die Hände auf dem Tisch sichtbar, ihre Körper sind vom Vorhang verhüllt. Mit unterschiedlichen Strategien hindern sie ihren Gegenspieler immer gewalttätiger am Vorlesen, indem sie ihm die Brille abnehmen, den Mund zuhalten, die Buchseiten wegreißen oder den Tisch verrücken.⁹⁴⁴ Die Hände und Füße der unsichtbaren Performer symbolisieren die vielfältigen Formen von Ablenkung und Zerstreuung beim Lesen, wie die Kuratorin im anschließenden Künstlergespräch mutmaßt. Mit dieser Interpretation lässt sich auch ein Bezug der Performance zur Nutzung von YouTube herstellen, da sich durch die Fülle an Material die Aufmerksamkeit ebenfalls schwer auf ein einziges Video fokussieren lässt. Im Verlauf der Performance versucht der Vorleser zwar zunächst, trotz der Widrigkeiten durch die nicht zuordenbaren Hände unbeirrt weiterzulesen. Dies fällt ihm allerdings immer schwerer, und teilweise stockt der Redefluss, wenn die Hände in sein Gesicht fassen und die Seiten des Buches zerknüllen oder sie ihm die Seiten oder auch eine Flöte in den Mund schieben. Am Schluss der Performance mehrten sich Schläge ins Gesicht und Erstickungsversuche, sodass der Protagonist daran scheitert, sich zu befreien und den Kampf verliert.⁹⁴⁵

⁹⁴⁴ Siehe ab Min 04:20 und vor allem ab Min 05:60.

⁹⁴⁵ Vgl. ab Min 22:00 bis zum Schluss der Performance in Min 24:30.

Bei Ragnar Kjartanssons Performance *Variation on Meat Joy* wird sprachlicher Ausdruck zwar von niemandem verhindert, aber die Protagonist/innen führen freiwillig keinerlei Konversation und schauen sich nicht in die Augen, während sie im Stil des Rokoko gekleidet an weiß gedeckten Tischen sitzen und in steifer Haltung bedacht ein Stück Fleisch verspeisen, dem ihre ganze Aufmerksamkeit gilt. Mikrofone an jedem Tisch verstärken ihre Kau-, Schmatz- und Schluckgeräusche. *Variation on Meat Joy* stellt durch den Titel einen vom Künstler bewusst gewählten intertextuellen Bezug zum Happening *Meat Joy* der Performance-Künstlerin Carolee Schneemann von 1964 her, die das Narrativ ‚Mensch und Fleisch‘ im Gegensatz zu Kjartansson schrill

inszenierte: mit nackten Körpern, flüssiger Farbe sowie toten Hühnern und Fischen.

Zu diesen beiden Inszenierungsstrategien der bisher vorgestellten *Tate Live Performances* aus den Jahren 2012 und 2013, der partizipativen Produktion und der (gescheiterten) Fokussierung der Aufmerksamkeit, kommen zwei weitere hinzu, die teilweise in einigen Performances bereits angedeutet wurden, aber in den Beispielen im folgenden Kapitel noch stärker zum Ausdruck kommen.

8.2.3 Transparenz des künstlerischen Produktionsprozesses und das Narrativ der (physischen) Abwesenheit

In zwei *Tate Live Performances* ist das Wechselspiel zwischen Abwesenheit und Präsenz zu beobachten: Die physische Abwesenheit der Zuschauer/innen, die nur virtuell über YouTube im *Performance Room* präsent sind, wird durch die Abwesenheit einiger Künstler/innen widerspiegelt. Liu Dings Performance *Almost Avantgarde* vom 16. Mai 2013, eine inszenierte ‚Party‘ mit Freunden des Künstlers, findet ohne Liu Ding selbst statt. Mit seiner Performance setzt er die bewusste Offenlegung des künstlerischen Produktionsprozesses als dramaturgisches Mittel ein und knüpft in dieser Hinsicht an Pablo Bronsteins Performance von April 2012 an. Die Transparenz drückt hier jedoch nicht vorrangig das Merkmal der Liveness aus, sondern kommuniziert das zentrale Narrativ der Performance, nämlich die Mechanismen des internationalen Kunstmarktes und das Verhältnis chinesischer Künstler/innen zu ihm.⁹⁴⁶ Die Performance wird mit mehreren Kameras gefilmt. Zum einen werden Ausschnitte aus dem vorbereitenden Gespräch zwischen den Performer/innen und der Kuratorin von *Tate Live* gezeigt⁹⁴⁷ zum anderen Einstellungen mit Momentaufnahmen einer Partysituation im *Performance Room*, zu der ein Zusammenschnitt verschiedener Barockmusikmelodien eingespielt wird. Der doppelte Blick ‚hinter die Kulissen‘ – der Produktion der *Tate Live Performance* und des Kunstmarktes – wird den Zuschauer/innen über Collagetechniken auf der visuellen, musikalischen und

⁹⁴⁶ Vgl. das Künstlergespräch nach Liu Dings Performance, indem er darauf verweist, dass er durch seine Abwesenheit das Gefüge innerhalb versus außerhalb des Kunstkosmos markieren will.

⁹⁴⁷ Vgl. in Min 04:53–05:09 und 09:18–10:04.

textuellen Ebene gewährt. Die hier bewusst filmisch inszenierten und sorgfältig ausgewählten wechselnden Kadrierungen der Kamera werden durch die Einblendung mehrerer Schriftinserts ermöglicht, die den gesamten Bildausschnitt der Kamera füllen, und damit die dramaturgische Funktion von Filmschnitten übernehmen. Die Aufnahmen der Partysituation wirken bewusst wie ‚nebenbei gefilmt‘, mit scheinbar zufällig erfassten Einstellungen aufgenommen und erzeugen bei den Zuschauer/innen den Eindruck, dass die Linse der Kamera ein stiller und vor allem versteckter Beobachter der Partyszenen ist. Sie ist zum Beispiel in einer Sequenz auf Hüfthöhe der Darsteller/innen im Raum montiert, während sie in einer anderen Sequenz aus der Vogelperspektive filmt. In den anderen Sequenzen steht sie im Rücken der Gäste oder bahnt sich nur zwischen den Requisiten hindurch ihren Weg als Verbindung zwischen dem Geschehen im Raum und den Zuschauer/innen.⁹⁴⁸ Im Raum sind Nachbildungen von Kunstwerken verteilt, die in der Dauerausstellung der Tate Modern zu sehen sind. Sie sollen „precious works from a canon of western art history“ symbolisieren, wie die Kuratorin im Künstlergespräch erklärt und das Narrativ des (nicht) gewährten Zugangs zum internationalen Kunstmarkt visualisieren, das auf der textuellen Ebene der eingeblendeten englischen Schriftinserts verhandelt wird. Diese werden in chinesischer Sprache von einer Stimme aus dem Off vorgelesen. Die Texte basieren auf Gesprächen Liu Dings mit chinesischen Künstler/innen in den 1990er Jahren über ihre unterschiedlichen Erfahrungen, Praktiken und Meinungen zum internationalen Kunstmarkt und zum jeweiligen Kunstverständnis „im Westen“ und in China. Im Trailer zur Performance erklärt der Künstler, dass er mit seiner gewählten Ästhetik der Live-Performance zwei Rezeptionsebenen ansprechen wolle: „My main focus is to create two elements within the performance: what is experienced by me within the performance and what is experienced by the audience watching online“.

Ähnlich zu Liu Dings *Almost Avantgarde* von 2013 wird in der Performance *Les Yeux d'Argos* der tunesischen Tänzer/innen Selma &

⁹⁴⁸ Dies ist bei fast jeder Partyszene der Fall, vor allem aber in den Sequenzen in Min 01:34–01:53; 02:13–02:29; 03:08–03:47; 05:33–05:52; 07:06–07:20; 10:46–10:59; 12:05–12:18; 14:08–14:29; 16:55–17:24 und 24:26–24:58.

Sofiane Ouissi im September 2014 eine doppelte Rezeptionssituation verhandelt: Die Zuschauer/innen schauen auf YouTube zu, wie Sofiane vom *Performance Room* aus mit Selma kommuniziert, die ihrerseits jedoch nicht physisch präsent ist, sondern per Skype aus Paris zu geschaltet wird. Genau durch diese nur *virtuelle Präsenz* drückt sich die physische Abwesenheit eines der beiden Performer/innen aus. Dieses Wechselspiel von gleichzeitiger Nähe und Distanz bezieht sich damit einerseits auf die Beziehung zwischen den Künstler/innen selbst und zugleich auch auf die Beziehung zwischen Künstler/in und Zuschauer/in. Wie Sofiane im Künstlergespräch darlegt, wollen er und Selma diese räumliche „fragmentation“ bewusst erhalten. Diese Liveness als zeitliche, aber räumlich getrennte Simultanität bildet zugleich die künstlerischen Arbeitsbedingungen des Geschwisterpaars ab: „With Selma living in Paris and Sofiane in Tunis, the internet is vital for them to collaborate and produce new works.“⁹⁴⁹ Das Konzept von *Les Yeux d'Argos*, das in Zusammenarbeit mit dem „digital artist“ Yacine Sebti entstanden ist, haben sie in ihrer Online-Performance *Here(s)* von 2011 bereits angewandt, in der sie via Skype gleichzeitig in Paris und Tunis auftraten.⁹⁵⁰

Der Produktionsprozess der rein virtuellen Präsenz als bewusste Inszenierungsstrategie von *Les Yeux d'Argos* spiegelt die physische Abwesenheit eines der Künstler/innen ganz anders wider als Liu Dings Performance *Almost Avantgarde*. In der ersten Sequenz⁹⁵¹ der etwa 15-minütigen Performance verfolgen die Zuschauer/innen eine Konversation zwischen Selma und Sofiane, die das Narrativ unterschiedlicher Vergangenheitsbewältigungen beinhaltet: Sie sitzen einander gegenüber und sprechen über ein Ereignis vor 15 Jahren in London, das Selma noch sehr beschäftigt, Sofiane aber verdrängen möchte. Sie sprechen Französisch, was mit eingeblendeten englischen Untertiteln übersetzt wird. Nur die zwei unterschiedlichen Weißtöne der Wände und die schlechte Tonqualität lassen erahnen, dass sich die beiden Performer/innen nicht im selben Raum befinden, sondern ein Splitscreen zu sehen ist, der nur über eine undeutliche, verschwommene Teilung

⁹⁴⁹ Capucine Perrot: „Here, I knew I was being watched“ (20.02.2014), auf der Website der Tate online unter: <http://www.tate.org.uk/context-comment/articles/here-i-knew-i-was-being-watched>.

⁹⁵⁰ Die Performance *Here(s)* wurde am 13. Januar 2012 beim Festival *Meeting Points 6* im Haus der Kulturen der Welt in Berlin aufgeführt. Das gesamte Festivalprogramm war bereits vorher in Brüssel und Beirut zu sehen.

⁹⁵¹ Vgl. Min 01:17–04:11.

⁹⁵² Vgl. Min 04:12–05:04.

des Bildes angedeutet wird (siehe Abbildung 11, oben links). Erst durch den Zoom-out der Kamera am Anfang der zweiten Sequenz⁹⁵², die Sofiane vor seinem Laptop sitzend zeigt, wird dem/der Zuschauer/ in abrupt klar, dass es sich bei der ersten Sequenz um eine medial vermittelte Unterhaltung über Skype handelt und beide Aufnahmen von Selma in Paris und Sofiane im *Performance Room* in London zusammengeschnitten wurden (siehe Abbildung 11, oben rechts).

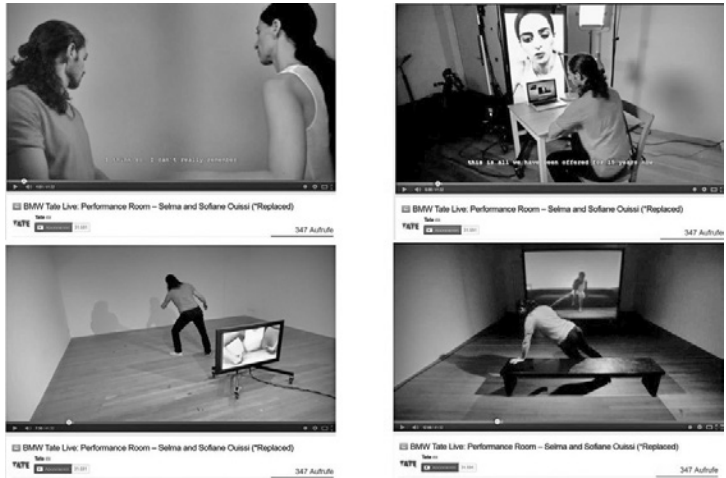


Abbildung 11: Screenshots aus dem Video zur Performance *Les Yeux d'Argos* von Selma & Sofiane Ouissi im YouTube-Kanal von Tate Live

⁹⁵³ Vgl. Min 05:12–09:54.

In den beiden darauffolgenden Sequenzen⁹⁵³ sind über einen Bildschirm im sonst leeren Raum zunächst nur Selmas Oberkörper und ihre Choreografie zu sehen. Eine Flötensonate von Johann Sebastian Bach begleitet ihre Bewegungen, die kurze Zeit später durch Sofianes Tanz im *Performance Room* ergänzt werden, wie Abbildung 11 (links unten) zeigt. Die Konversation der beiden Künstler/innen wird nun über das Medium des Tanzes statt der Sprache fortgeführt, wobei in dieser Sequenz zunächst jede/r für sich tanzt, da der Bildschirm zu den Zuschauer/innen gedreht ist und Sofiane dahinter agiert und

Selma somit nicht sehen kann. Kurz darauf dreht er den Bildschirm in seine Blickrichtung, wodurch nun beide Choreografien als Dialog aufeinander bezogen werden können. Der Bildschirm übernimmt in der gesamten Performance eine unverzichtbare Rolle als technologischer Akteur, da nur über ihn die vollständige Tanzperformance beider Künstler/innen zur Aufführung gebracht werden kann. Anschließend fungiert der Bildschirm außerdem als Ersatz für einen Filmschnitt oder auch einen Bühnenvorhang wie bei Performances im Theaterraum: Die Kamera, die den *Performance Room* überträgt, zoomt ganz nah an den Bildschirm heran, sodass ab dann nur noch Selmas Auftritt auf einem Sofa in Paris in Vollbild zu sehen ist. Selmas Bewegungen werden von einer männlichen Stimme aus dem Off begleitet, die Verse aus dem Gedicht *The Rothko Chapel Poem* von John Taggart liest.⁹⁵⁴

⁹⁵⁴ Vgl. Min 10:05–12:00.

Danach wechselt erneut die Kadrierung der Aufnahme: Durch einen Zoom-out der Kamera ist nicht mehr nur Selmas Bewegung zu sehen, sondern auch deren Rahmung durch den Skype-Bildschirm, allerdings nun auf einer Leinwand und nicht mehr auf dem Computerbildschirm, wie es in der vorhergehenden, gemeinsamen Tanzsequenz der beiden Künstler/innen der Fall war (siehe Abbildung 11, rechts unten). Nun ist die Beleuchtung dunkler als in der ersten Tanzsequenz und ein zusätzlicher Tisch steht in der Mitte des Raumes. Selmas Bewegung wird fortgesetzt und durch Sofianes im *Performance Room* ergänzt. Die Bewegungen der beiden Tänzer/innen wechseln sich zunächst wieder in einer Art Aktion – Reaktion ab, erfolgen dann simultan, sodass die Aufmerksamkeit der Zuschauer/innen hin und her wechselt zwischen dem Skype-Bildschirm innerhalb des *Performance Rooms* und dem eigenen Bildschirm mit der Übertragung des Videos der *Tate Live Performance* auf YouTube.⁹⁵⁵

⁹⁵⁵ Vgl. Min 12:30–14:53.

Nach dieser Sequenz verlässt Sofiane den Raum, und die Kamera führt den Blick der Zuschauer/innen zu einer bisher nicht sichtbaren Ecke des Raums, in dem ein Erzähler auf einem Holzstuhl sitzend zur Flötensonate von Bach eine Passage mit dem Titel *A space without use* aus dem Kapitel *Apartment* aus der englischen Übersetzung des Werks

Espèces d'espaces des französischen Schriftstellers Georges Perec vorliest. Hier wird das Motiv des Raumes als textuelle Narration verhandelt, die damit ergänzend zur visuellen Ebene der Skype-Übertragung und der Choreografien der beiden Tänzer/innen erneut die Narrative der virtuellen Präsenz und der physischen Abwesenheit der Künstlerin und der Zuschauer/innen, der YouTube-Nutzer/innen, aufruft. Als letzte Sequenz⁹⁵⁶ der Performance folgt ein Splitscreen der beiden Räume: Selma ist mit einer Maske vor ihrem Sofa in Paris zu sehen, aus dem *Performance Room* in der Tate wird nur ein verschwommenes Bild gesendet, da die Kamera zur Wand sowie erneut auf einen Scheinwerfer gedreht wurde und diese Einstellung damit wieder als ‚Vorhang‘ dient, um die Pause zwischen Performance und Künstlergespräch zu markieren.

An *Les Yeux d'Argos* wird deutlich, dass sich innerhalb der *Tate Live*-Serie ein Wandel im Laufe der Jahre 2012 bis 2014 vollzogen hat. Die Transparenz des Produktionsprozesses und die Reflexion über das hier gegebene mediale Dispositiv YouTube und vor allem über die Liveness in einem Medium, das sonst meist nicht live überträgt, ist in den Performances mit unterschiedlichen Strategien eingearbeitet worden. In den ersten vier Performances 2012 ist nur eine Kamera genutzt worden und auch die Pause zwischen den Performances und den Künstlergesprächen wurde übertragen. In Liu Dings Performance 2013 kündigte sich bereits an, was in der Ästhetik der Performances 2014 zumindest bei Cally Spooner und bei Selma & Sofiane Ouissi dominant ist: Es sollen einzelne Szenen mit abgegrenzten Sinnabschnitten innerhalb der Live-Performances generiert werden. Durch bildschirmfüllende Schriftinserts, wie bei Liu Ding, die Einblendung von vorab aufgenommenem Material, wie bei Cally Spooner und auch bei Liu Ding, und durch die kurze Fokussierung der Kameralinse auf einen sehr hellen Scheinwerfer im Raum oder auf den Computerbildschirm in Vollbild, wie bei der Performance von Selma & Sofiane Ouissi, werden schnittähnliche Effekte erzeugt. Diese verschleiern eher die Umbauten während der Performances oder die Pause zwischen Performance und Künstlergespräch, als dass sie sie offenlegen, wie

⁹⁵⁶ Vgl. Min 18:17–20:05 (Ende der Performance, bevor das Künstlergespräch folgt).

es bei Pablo Bronsteins Performance der Fall ist. Der (Ein-)Blick der Zuschauer/innen auf die Bühne im *Performance Room* wird so über die Kameraführung gelenkt.

In *Les Yeux d'Argos* wird der Produktionsprozess der *Tate Live Performances* durch die Störung des ‚Mediums im Medium‘ deutlich: Die Skype-Übertragung in den Raum der Tate funktioniert vor allem in der Audiospur nicht immer reibungslos, wie die erste Sequenz der Performance zeigt. Diese Reibungsverluste durch die doppelte Übertragung von Skype aus Paris über den *Performance Room* in London hin zur verstreuten Rezeption über die zahlreichen heimischen YouTube-Displays der Zuschauer/innen, werden von Selma und Sofiane bewusst freigelegt und ausgestellt. Zudem wird das intermediale Wechselspiel zwischen unterschiedlichen Rahmungen der Performances in *Les Yeux d'Argos* besonders gut deutlich: Die im Kunstmuseum aufgeführte Performance wird über das Dispositiv YouTube in eine Theaterperformance mit virtuellen Zuschauer/innen verwandelt, in der wiederum das Internet beziehungsweise Skype als technologischer Akteur der Performance integriert ist und eine dramaturgische Funktion übernimmt.

Die YouTube-Öffentlichkeit als einziges Publikum wird demnach in den Ästhetiken der Performances ganz unterschiedlich reflektiert. Die Künstler/innen im Museum wirken zudem nicht nur an diesen theatralen Inszenierungen *innerhalb* des *Performance Rooms* mit, sondern auch an der Performanz der Interaktionen auf YouTube. Inwiefern spiegeln sich die in den Performances reflektierten medialen Wahrnehmungsbedingungen des Dispositivs YouTube auch in der Kunstöffentlichkeit wider, die über die flüchtigen Live-Kommentare im Display YouTube in Erscheinung tritt? Und wie treten die Akteur/innen der Performance, YouTube selbst und die Tate als kuratierendes Museum im Rahmen der Kommentarinhalte auf? Sogar der erste ironische Hinweis des Publikums zum Sponsor der *Tate Live Performances*, BMW, ließ nicht lange auf sich warten, er wurde noch vor der ersten *Tate Live Performance* von Jérôme Bel auf YouTube gepostet:

22. März Huw Hallam \@HDHallam: #BMWtatelive Great car advertising! (kommentiert zu Jérôme Bel am 22.03.2012, gespeichert am 25.03.2012, 15 Uhr)

8.3 Kommentare des Online-Publikums als Akteure der Tate Live Performances

8.3.1 Die virtuellen Zuschauer/innen und ihre Selbstreflexion in den Live-Kommentaren

Im Display YouTube hat die Tate neben den Videos, die die Inszenierungen im *Performance Room* zeigen, einen Feed mit „Official Tate G+ News“ und den meistgefragten „Top questions“ sowie den „Recent questions“⁹⁵⁷ der Kommentator/innen platziert. Diese von Tate intendierte „Ablenkung“ durch die Kommentare wird durch das Publikum selbst thematisiert:

22 März John Scarland @JohnScarland: #bmwtatelive comments more interesting than Jérôme Bel (kommentiert zu Jérôme Bel am 22.03.2012, gespeichert am 25.03.2012 um 15 Uhr)

22 März Huw Hallam \@HDHallam: #BMWtatelive So much of my attention watching this has been devoted to reading the feed. How does this affect the idea of liveness? (kommentiert zu Jérôme Bel am 22.03.2012, gespeichert am 25.03.2012, 15 Uhr)⁹⁵⁸

⁹⁵⁷ Vgl. die Abbildung E1 in Anhang E).

⁹⁵⁸ Vgl. ähnlich auch: 22 März sioron \@sioron: distracted by the comment feed #bmwtatelive (kommentiert zu Jérôme Bel am 22.03.2012, gespeichert am 25.03.2012, 15 Uhr).

In diesem Sinn zeigt auch die Auswertung der im Newsfeed sichtbaren und über Twitter, Google+ oder Facebook geposteten Live-Kommentare der YouTube-Nutzer/innen, dass die *Tate Live Performances* als Gesamtinszenierung auf YouTube zwar die Performance der künstlerischen Darbietung der jeweiligen Künstler/innen im *Performance Room* beinhalten, aber über diese hinausgehen. Im Farbdigramm 9 ist die Verteilung der Codehäufigkeiten von neun *Tate Live Performances* im Vergleich gelistet und zeigt, in welchem Ausmaß neben der jeweiligen Performance auch das Künstlergespräch, das Publikum als Instanz der Selbstreflexion sowie das Dispositiv YouTube und die Institution

Museum verhandelt werden. Es wurden alle vier Performances von 2012, vier der sechs Performances von 2013⁹⁵⁹ und eine Performance aus dem Jahr 2014⁹⁶⁰ in die Auswertung einbezogen. Außerdem ergibt sich seit der Performance-Serie 2013 eine Änderung im Display des *Performance Rooms* auf YouTube: Die Live-Kommentare sind nur noch bis kurz nach der Performance zu sehen und bleiben nicht mehr auch am folgenden Tag noch auf YouTube sichtbar, wie es bei den *Tate Live Performances* 2012 der Fall war. Die Anzahl der *live* geposteten Kommentare hat von 459 bei der Eröffnungssperformance von Jérôme Bel auf 64 bei Pablo Bronstein, 103 bei Emily Roysdon und 57 bei Harrell Fletcher abgenommen, was sogar dem Publikum von Pablo Bronsteins Performance selbst auffällt:

Tomaž Krpič 3 minutes ago: #BMWtateliveQ What happened to the audience? Last time there were quite a lot comments. Technical problems? (kommentiert zu Pablo Bronstein am 26.04.2012, gespeichert während der Performance)

Im Jahrgang 2013 sind bei der Performance von Liu Ding 59 Kommentare, bei Meiro Koizumi 46 Kommentare, bei Ragnar Kjartansson 75 und bei Daniel Linehan 34 Kommentare gepostet worden, und die Performance von Selma & Sofiane Ouissi im September 2014 hat insgesamt 59 Kommentare von Akteur/innen der YouTube-Öffentlichkeit erhalten. Diese Zahlen sind allerdings unvermeidbar ungenau, was in der Natur des Mediums liegt, da es durch das Verschwinden der Kommentare als absichtlichem Zeichen des transitorischen Live-Erlebnisses sehr schwer ist, tatsächlich alle zu erfassen und für die eigene Inhaltsanalyse zu speichern. Das nachträgliche Kommentieren der Videos wird kaum in Anspruch genommen, sowohl bei den Videos von 2012 als auch bei denen von 2013 und 2014 sind pro Video nur circa drei bis zehn Kommentare gepostet worden. Die *Tate Live Performances* initiieren im Gegensatz zu den meisten anderen YouTube-Videos – die allerdings auch nicht live gesendet werden – nur Live-Diskurse in der YouTube-Öffentlichkeit.

⁹⁵⁹ Die Live-Kommentare zu den zwei Performances von Joan Jonas und Nicoline van Harskamp liegen der Verfasserin nicht vor.

⁹⁶⁰ Die im Januar und Mai 2014 live übertragenen Performances von Cally Spooner und Bojana Cvejić sind ähnlich wie bereits die Beispiele im Kapitel 7 sehr eng verknüpft mit anderen *Tate Performance Events*, die in der Tate mit einem Publikum vor Ort stattgefunden haben. Daher wurden sie hier ausgelassen, um die Vergleichbarkeit der Kommentarinhalte derjenigen Performances zu gewährleisten, welche tatsächlich nur auf YouTube ohne dazugehörige *Tate Performance Events* vor Ort im Museum stattfanden. Vgl. zu den verschiedenen Performances von Cally Spooner und zur Veranstaltungsreihe *Spatial Confessions* von Bojana Cvejić außerhalb des *Tate Live Performance Rooms*: <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-britain/performance-and-music/bmw-tate-live-cally-spooner> und <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/eventseries/bmw-tate-live-spatial-confessions-on-question-instituting-public>.

Für die Analyse gespeichert wurden alle zwischen dem Beginn der Performances um 20 Uhr Londoner Zeit bis kurz nach der Performance und nach dem Künstlergespräch online sichtbaren Kommentare.⁹⁶¹ Der Anteil der Retweets nimmt nach der ersten Performance von Jérôme Bel von nur 4% kontinuierlich auf 61% bei Liu Ding und Selma & Sofiane Ouissi zu – mit Ausnahme der Performance von Ragnar Kjartansson, bei der nur 19% der Kommentare Retweets bilden, wie Abbildung E2 in Anhang E) verdeutlicht. Obwohl es immer wieder neue Nutzer/innen sind, die *Retweets* posten, werden dieselben Inhalte, wie zum Beispiel die Programmankündigung der Tate, in den Diskurs eingespeist – daher auch der Begriff des *Retweet*. Der hohe Anteil der Retweets zeigt, dass die Anzahl der Kommentare allein keine große Aussagekraft bezüglich der tatsächlichen Reichweite der Live-Performances und des Ausmaßes der Interaktion unter den Nutzer/innen hat. Die im Farbdigramm 9 dargestellten einzelnen Codehäufigkeiten der Kommentarinhalte werden im Folgenden direkt mit den qualitativen Forschungsergebnissen und den Kommentarbeispielen verknüpft.

Der Code ‚Publikum‘ als Selbstreflexion der Kommentator/innen wurde vor allem bei den Kommentarinhalten zu Jérôme Bels Performance häufig vergeben, was sicher an der erstmaligen Ausstrahlung des neuen Konzeptes *Tate Live Performances* liegt.

Michael Dylan Ferrara 11 minutes ago: #BMWtateliveQ is anyone reading anyone's comments? (kommentiert zu Jérôme Bel am 22.03.2012, gespeichert während der Performance)

Bei Bel repräsentiert dieser Code 21% der Kommentarinhalte im Gegensatz zu nur 6 bis 8% bei Meiro Koizumi, Harrell Fletcher und Pablo Bronstein und 12 bis 15% bei Emily Roysdon, Liu Ding, Ragnar Kjartansson, Daniel Linehan und Selma & Sofiane Ouissi. Der ständig aktualisierte Newsfeed der Kommentare wird von den Nutzer/innen selbst als Akteur der Inszenierung eingeordnet. Die folgenden Kommentare zeigen, wie die Nutzer/innen einen Selbstbezug zwi-

⁹⁶¹ Bei den Performances von Jérôme Bel und Emily Roysdon 2012 wurden zwar einige Tweets erst jeweils einen Tag nach der Performance gespeichert, diese wurden aber, wie bei den anderen Performances auch, während oder kurz nach der Performance von den jeweiligen Nutzer/innen gepostet.

schen sich als einzelnen Zuschauer/innen und dem Theaterpublikum als Kollektiv generieren:

17h Anja Marbus @kunstmus: #BMWtatlive I Like it! (Watch it from my workroom in The Netherlands) (kommentiert zu Emily Roysdon am 31.05.2012, gespeichert am 01.06.2012 um 15 Uhr)⁹⁶²

22 März Ace of Spade @AmalAlKhaja: @AmalAlKhaja: Watching the #bmwtatlive I don't get it & it's really late here but I can't stop watching it. It's addictive. Weird. (kommentiert zu Jérôme Bel am 22.03.2012, gespeichert am 25.03.2012 um 15 Uhr).

@Mone_Knows 3 minutes ago: #BMWtateLive Great event! They aren't performing in the same space & we are viewing outside the space, is this the future of performance? (kommentiert zu Selma & Sofiane Ouissi am 18.09.2014, gespeichert um 21.30 Uhr)

Der letzte Kommentar zur Performance von Selma & Sofiane Ouissi schließt den Kreis zwischen der Ästhetik der Performance im Museum einerseits, die einen Kontrast zwischen der physischen Distanz und der virtuellen Nähe schafft und dem Handlungsraum auf YouTube andererseits, da er die ebenfalls abwesenden Zuschauer/innen in die Beziehung zwischen den Performern/innen integriert. Diese Relation zwischen der Ästhetik der Performances und dem Dispositiv YouTube, welches das virtuelle Publikum bedingt, spielt in den Kommentaren eine große Rolle.

22 März Mariel Richards @marielrichards: #BMWtatlive QUESTION: where does the emphasis lie? In the messages on the tshirt, or in the technology of the performance? (kommentiert zu Jérôme Bel am 22.03.2012, gespeichert am 25.03.2012 um 15 Uhr)

Clare Adams 27 minutes ago: The physical site; the architecture & perspective etc. seem central to this piece, how has the online 'site' influenced it's production? (kommentiert zu Pablo Bronstein am 26.04.2012, gespeichert um 21 Uhr)

⁹⁶² Vgl. ähnlich auch: Anna Ramsay @annawan: Watching Jérôme Bel from the comfort of my sofa #bmwtatlive (kommentiert zu Jérôme Bel, gespeichert am 25.03.2012 um 15 Uhr).

Im Rahmen dieses Themas um das Dispositiv YouTube wird der Begriff der Liveness ausführlich diskutiert, der als Subcode des Codes ‚Mediales Dispositiv YouTube‘ erfasst wurde. Der Subcode ‚Liveness‘ wurde sehr häufig direkt mit dem Code ‚Performance‘ vergeben. Dabei werden zum Beispiel auch die verschiedenen *Tate Live Performances* durch die Agency der Nutzer/innen miteinander in Verbindung gebracht:

@jenlindblad 2 minutes ago: #BMWtatelive This Q&A; feels more intimate than the last one, which had a talk show vibe. Makes the experience much more 1:1. Well done! (kommentiert zu Pablo Bronstein am 26.04.2012, gespeichert während der Performance)

8.3.2 Der Diskurs um die Performances und den Begriff der Liveness auf YouTube

Der Code ‚Performance‘ wurde in den Kommentarinhalten zu Jérôme Bel, Meiro Koizumi und Ragnar Kjartansson im Vergleich zu den anderen Codes mit 30 bis 38% sehr häufig vergeben. Als Subcode des Codes ‚Performance‘ dominiert hier die ‚Ästhetik, Dramaturgie‘, während in den Kommentarinhalten zu den Performances von Liu Ding, Daniel Linehan oder auch Selma & Sofiane Ouissi die Retweets der Programmkündigung durch die Tate dominieren, die auch innerhalb des Codes ‚Performance‘ erfasst wurden. Bei den Kommentarinhalten zu diesen drei Performances fällt auf, dass sich die einzelnen Codehäufigkeiten relativ gleichmäßig verteilen und alle im Durchschnitt jeweils in 14 bis 23% der Kommentarinhalte thematisiert werden.⁹⁶³

Das Gespräch zwischen der Kuratorin und den jeweiligen Künstler/innen wurde ebenfalls als eigenes Thema im Diskurs auf YouTube codiert, es macht aber nur 2 bis 7% aller Kommentarinhalte zu den jeweiligen Performances aus. Durch das Wiederholen von Aussagen, die von den Künstler/innen oder von den Kuratorinnen im *Performance Room* gemacht werden, speisen die Kommentator/innen diese Inhalte in die virtuelle Diskussion ein. Der/die folgende Kommentator/in zitiert zum Beispiel Jérôme Bel:

⁹⁶³ Ausnahmen sind die Codes ‚Künstlergespräch nach der Performance‘ und ‚Sonstiges/Spam‘, die bei diesen Performances nur jeweils bis zu 7% aller Kommentarinhalte vergeben wurden. Vgl. die einzelnen Codehäufigkeiten, sortiert je Performance in Tabelle E1 in Anhang E) und im Vergleich im Farbdigramm 9.

22. März Giorgia Scaturro @giorgiawired: Jerome: 'my work is demanding for the audience, I try to push them to a limit' (WELL DONE!) #BMWtatelive (kommentiert zu Jérôme Bel, gespeichert am 25.03.2012 um 15 Uhr)

Die Struktur der *Tate Live*-Sessions mit einer Performance und anschließendem Künstlergespräch bildet sich in der Reihenfolge der Kommentare ab, die Liveness wirkt sich auf deren Inhalte aus. Sie ist die Bedingung dafür, dass die Zuschauer/innen synchron miteinander kommunizieren können, da dies als Chat nur durch die gleichzeitige Präsenz in jenem Kommunikationsraum auf YouTube möglich ist, den die Tate eigens um die Performances herum geschaffen hat. Damit unterscheiden sich diese Konversationen von den Dialogen zu anderen Videos auf YouTube, da dort der Kommentar von jedem/jeder Nutzer/ in jederzeit erfolgen kann, und die älteren Kommentare als Anknüpfungspunkte jederzeit sichtbar sind, im Gegensatz zur Interaktion auf der YouTube-Seite von *Tate live*.⁹⁶⁴ Weil die Kommentare bei *Tate Live* nur begrenzt sichtbar sind, ist auch der Austausch zwischen den Nutzer/innen viel geringer, als zum Beispiel in den Kapiteln 4 und 5. YouTube fungiert bei *Tate Live* somit nur für die Videos als Archiv, nicht aber für die Kommentare. Im Vordergrund steht bei den Live-Tweets der Nutzer/innen die Interaktion zwischen Publikum und Künstler/in oder das reine Feedback zur Performance.

Diese Wahrnehmungsbedingungen der Liveness werden durch das Publikum nicht zuletzt in den vielen Retweets mit den Ankündigungen fokussiert:

@rememberthenow 3 hours ago: RT @Tate: Join us TONIGHT for a party live on your laptop with Beijing-based artist Liu Ding. 8pm BST <http://t.co/6ZkVxp9Tuq> #BMWtateLive (kommentiert zu Lui Ding am 17.05.2013, gespeichert am 17.05.2013 um 21.43 Uhr am Ende der Performance)

Aber auch außerhalb solcher Retweets ist die Liveness bei *Tate Live* ein zentraler kontrovers diskutierter Aspekt in den Kommentaren. Für

⁹⁶⁴ Auf der Website von *Tate Live* ist seit der Serie von 2014 der Twitter-Newsfeed zu #BMWtatelive eingebettet, wo die Tweets der Tate neben Programmankündigungen und Retweets anderer Nutzer/innen zu sehen sind. Die auf YouTube live geposteten Kommentare der Zuschauer/innen sind hier nicht enthalten, siehe den eingebetteten Twitter-Newsfeed online auf der Website der Tate u.a. unter: <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/performance-and-music/bmw-tate-live-performance-room-selma-and-sofiane-ouissi>.

den/die folgende/n Nutzer/in ersetzt die zeitliche Liveübertragung über YouTube nicht die physische Präsenz, die ein Theaterabend oder ein Kunsterlebnis im Museum bieten würde, wie sein/ihr Begriffsverständnis von Liveness verrät:

22 März La Santa Ardilla @QuiqueLee: #BMWtatelive I think the performance would've been better if seen live (kommentiert zu Jérôme Bel, gespeichert am 25.03.2012 um 15 Uhr)

Gerade die *Umkehrung* der gewohnten Wahrnehmungsbedingungen der Rezipient/innen wird in der YouTube-Öffentlichkeit thematisiert: Die von den Zuschauer/innen sonst eher mit dem Theater in Verbindung gebrachte Liveness der lokalen Aufführung als live gesendete Performance im globalen Medium YouTube sorgt für Diskussionen. Vor allem bei den Performances von Pablo Bronstein, Emily Roysdon, Harrell Fletcher und Liu Ding nimmt der Code ‚Mediales Dispositiv YouTube‘ mit den Subcodes ‚Liveness‘, ‚Distributionsmedium YouTube‘ und ‚globale Übertragung‘ einen hohen Anteil der Kommentarinhalte ein, indem er hier zwischen 32% (Pablo Bronstein) und 23% (Liu Ding) beträgt und die anderen Codehäufigkeiten jeweils übertrifft, wie im Farbdigramm 9 in Kapitel 8.3.1 erkennbar wird. Der Subcode ‚Liveness‘ dominiert quantitativ die anderen beiden Subcodes deutlich, wobei die Kommentarinhalte zu Jérôme Bel und Meiro Kozumi hier Ausnahmen bilden. Sie gehören zu den Performances, bei denen der Subcode ‚Ästhetik, Dramaturgie‘ im Rahmen des Codes ‚Performances‘ häufig vergeben wurde und hier tritt nicht nur die Liveness, sondern insgesamt der Code ‚Mediales Dispositiv YouTube‘ in den Hintergrund: Er beträgt nur 13% bei der Performance von Jérôme Bel, 15% bei Ragnar Kjartansson und 18% bei Meiro Kozumi. Dies zeigt, dass sich die Codes ‚Performance‘ und ‚Mediales Dispositiv‘ komplementär zueinander verhalten, die Nutzer/innen diskutieren dann YouTube als Display, wenn die Diskussionen um die künstlerische Darbietung im *Performance Room* abnehmen und umgekehrt.

Wie bereits die Retweets andeuteten, wurde der Subcode ‚Liveness‘ hingegen häufig zusammen mit dem Code ‚Tate Modern‘ vergeben. Die Ankündigungen der Tate legen den Fokus auf die Präsentation der Performances als zeitlich begrenzte und global rezipierbare künstlerische Ereignisse live auf YouTube.

@Tate_Live 9 minutes ago: You can watch Meiro Koizumi's live performance right now on your mobile in our Facebook stream here: <http://t.co/HNneg3wXjt> #BMWWTateLive (kommentiert zu Meiro Koizumi am 13.06.2013, gespeichert am 13.06.2013 um 21.37 Uhr)⁹⁶⁵

⁹⁶⁵ Vgl. ähnlich auch: @Tate_Live 8 minutes ago: And we're live! Watch Ragnar Kjartansson in our online only performance NOW! #BMWWTateLive <http://t.co/a4laTVdLih> (kommentiert zu Ragnar Kjartansson am 24.10.2013, gespeichert am 24.10.2013 um 21.11 Uhr).

@CathyCairo an hour ago: RT @Tate: Dance crosses countries in a one-off performance. Watch live online 8pm BST. #BMWWTateLive <http://t.co/qcU9JoIFLH> <http://t.co/ESl...> (kommentiert zu Selma & Sofiane Ouissi am 18.09.2014, gespeichert während der Performance)

@Tate an hour ago: The guys are all set up in the studio, ready for the live-stream tonight at 8pm #bmwtatelive<http://t.co/tc9hYoq4> (kommentiert zu Pablo Bronstein am 26.04.2012, gespeichert am 23.03.2012 um 20 Uhr)

@Tate2 hours ago: Moderating crew ready for your #bmwtatelive comments & questions Live stream starts at 20.00 BST <http://t.co/3l17ZHtM> <http://t.co/PMXuvWlI> (kommentiert zu Harrell Fletcher am 28.06.2012, gespeichert am 28.06.2012 um 21 Uhr)

Auch von der Tate selbst wird die Liveness von *Tate Live* deshalb so stark als Alleinstellungsmerkmal hervorgehoben, weil YouTube sonst meist nicht live sendet. Solche Programmankündigungen werden von den Zuschauer/innen eher mit der Live-Übertragung im Fernsehen oder mit Theateraufführungen in Verbindung gebracht. Durch diese eigenen Live-Kommentare versucht die Tate bereits im Vorfeld der Performances, eine Atmosphäre für YouTube als Theaterbühne zu schaffen.

Die Verbreitung der Kommentare über Twitter spielt dabei insofern eine wichtige Rolle, als sie die Online-Öffentlichkeit maßgeblich

vergrößert, die vor und während der Performances entsteht, da die Follower der Nutzer/innen, die zu *Tate Live* twittern, ebenfalls davon erfahren. So erreicht die angekündigte Live-Performance immer wieder neue Adressatenkreise, wie der folgende Kommentar des California College of Arts zeigt, an dem der Künstler Harrell Fletcher studiert hat, oder der des Museum Exploratorium in San Francisco, an dem er 2012 als Artist-in-Residence zu Gast war. Zudem kündigt auf diesem Weg auch das Shakespeare's Globe Theatre in der Nähe der Tate die Performances an:

@CACollegeofArts 15 minutes ago: LIVE BROADCAST Check out Performance Artist and #CCA Alum Harrell Fletcher on BMW @Tate Live <http://t.co/gJbC7w3j> #BMWtatelive (kommentiert zu Harrell Fletcher am 28.06.2012, gespeichert am 28.06.2012 um 23 Uhr)

@exploratorium an hour ago: Tune in @ 12pm PDT! Our Artist-in-Residence Harrell Fletcher participates in @Tate Live: Performance Room! <http://t.co/92Qt60kw> #BMWtateLive (kommentiert zu Harrell Fletcher am 28.06.2012, gespeichert am 28.06.2012 um 21 Uhr)

@The_Globe an hour ago: Our neighbours @tate are live screening exclusive performance by artist Liu Ding 8pm tonight. Tune in to <http://t.co/eNwpAYuwrF> #BMWtateLive (kommentiert zu Lui Ding am 17.05.2013, gespeichert am 17.05.2013 um 21.43 Uhr am Ende der Performance)⁹⁶⁶

⁹⁶⁶ Ähnlich auch: @MariaLovelondon 14 minutes ago: RT @TimeOutLondon: Want some free dance streamed live into your home tonight? Jérôme Bel launches #bmwtatelive at @Tate <http://t.co/eWue2KXX> (kommentiert zu Ragnar Kjartansson am 24.10.2013, gespeichert am Ende des Gesprächs um 21.48 Uhr).

Der/die folgende Nutzer/in klärt zum Beispiel seine ‚Follower‘ auf Twitter über die Live-Performance auf, der er/sie zum Zeitpunkt des Kommentarposts zuschaut:

Fanny Monier @FannyMonier: For people wondering what I'm talking about, I'm watching a livestream of an art performance on youtube #BMWtatelive (kommentiert zu Jérôme Bel 2012 am 22.03.2012, gespeichert am 25.03.2012, 15 Uhr)

Damit fungieren diejenigen Nutzer/innen, die besonders viele Follower haben und regelmäßig zu verschiedenen Themen twittern, als Multiplikator/innen, die das gerade live Verfolgte weiterverbreiten und auch während der laufenden Performance immer neue Zuschauer/innen in den offenen *Performance Room* auf YouTube ‚akquirieren‘ können. Bei manchen Nutzer/innen zeigen solche Ankündigungen der Performance auf Twitter eine dokumentierbare Wirkung:

22 März Sam Baugh @samuelbaugh: #BMWtatelive I Only Joined Cause Of The Twitter Buzz... [...] (kommentiert zu Jérôme Bel, gespeichert am 25.03.2012 um 15 Uhr)

Nach den Performances lotst das Museum wiederum die Kunstöffentlichkeit, die sich im *Performance Room* auf YouTube gebildet hat, gleich weiter auf den *Tate Blog* und nutzt damit den Diskursraum auch für Werbezwecke:

Tate @Tate: We'll answer more of your #bmwtatelive questions on the Tate Blog in the coming weeks. (kommentiert zu Jérôme Bel am 22.03.2012, gespeichert am 23.03.2012 um 12.30 Uhr)

@Tate17 hours ago: Thanks so much to everyone who watched and commented and joined in the Q&A. We'll post up the documentation tomorrow morning. #bmwtatelive (kommentiert zu Emily Roysdon am 31.05.2012, gespeichert am 01.06.2012 um 15 Uhr)

Im Zusammenhang mit der Liveness wird außerdem der Aspekt der globalen beziehungsweise zumindest theoretisch global ermöglichten Übertragung mit Hilfe des Displays YouTube thematisiert. Dies bildet unter dem Titel ‚globale Übertragung‘ neben der ‚Liveness‘ einen weiteren Subcode innerhalb des Codes ‚Mediales Dispositiv YouTube‘. Einige Rückschlüsse auf ein global zerstreutes Publikum lassen sich in den einzelnen Kommentarinhalten finden:

@hazeltsoiwiles 10 hours ago: @QuiqueLee Hello Guatemala! Did you enjoy the performance? It was live performance broadcast from

Tate Modern London. Fun! #bmwtateline (kommentiert zu Jérôme Bel 22.03.2012, gespeichert am 23.03.2012 um 12.30 Uhr)

@hazeltsoiwiles 10 hours ago: @LR_lolarivera Hello Madrid! I hope you watched the whole performance, what did you think of it? I liked it but got distracted #bmwtateline (kommentiert zu Jérôme Bel am 22.03.2012, gespeichert am 23.03.2012 um 12.30 Uhr)

Michael Dylan Ferrara 10 minutes ago: #BMWtatelineQ anyone from America watching? (kommentiert zu Jérôme Bel am 22.03.2012, gespeichert während der Performance)

Dean Daderko an hour ago: #BMWtateline Congratulations from Houston, Texas! Can you talk about the decision to take the performance out of the room? (kommentiert zu Emily Roysdon am 31.05.2012, gespeichert am 01.06.2012 um 15 Uhr)

Olegue Zabava 4 minutes ago: Greetings from Kiiiev ,congrats Liu! (kommentiert zu Liu Ding am 17.05.2012, gespeichert am Ende des Künstlergesprächs um 21.43 Uhr)

Fast alle Kommentare zu den verschiedenen *Tate Live Performances* sind in englischer Sprache verfasst, bis auf wenige Ausnahmen: Bei Jérôme Bel, Emily Roysdon, Harrell Fletcher, Liu Ding und Ragnar Kjartansson sind zwischen 2 und 4% aller Kommentare nicht auf Englisch,⁹⁶⁷ bei den Kommentaren zu Pablo Bronsteins Performance sind es 8% fremdsprachige⁹⁶⁸ und bei Selma & Sofiane Ouissis Performance 10% französische Kommentare. Diese Zahlen deuten allerdings weder darauf hin, dass die englischen Kommentare alle aus englischsprachigen Ländern stammen müssen, noch dass die fremdsprachigen nicht auch aus London stammen könnten. Ähnlich wie in Kapitel 7.1 bezüglich der Kommentare zu Ai Weiweis *Sunflower Seeds* stößt die Methode der empirischen Inhaltsanalyse der Kommentare bei der Frage an ihre Grenzen, ob die Tate tatsächlich ihrem Anspruch gerecht werden kann, mit den *Tate Live Performances* ein globales Publikum zu erreichen. Dazu müssten weitere Methoden aus der Publikumsfor-

⁹⁶⁷ Bei Jérôme Bel sind es vier spanische, zwei chinesische und ein niederländischer Kommentar, vier spanische und ein russischer bei Pablo Bronstein, zwei chinesische, ein spanischer und ein russischer Kommentar bei Emily Roysdon, ein italienischer bei Harrell Fletcher, ein chinesischer bei Liu Ding und zwei isländische bei Ragnar Kjartansson.

⁹⁶⁸ Ein russischer, vier spanische Kommentare.

schung hinzugezogen werden, was in Anbetracht des hier fokussierten Forschungsthemas zu weit führen würde.

Was hingegen im Diskursraum der Kommentator/innen sichtbar wird, sind die ‚Fehler‘ und ‚Störungen‘ im Medium YouTube, die einer uneingeschränkt globalen Übertragung der Performances entgegenstehen: Der/die folgende Nutzer/in kann aus Deutschland nicht auf die Live-Übertragung der Performances zugreifen:

frocked frocked 4 minutes ago: #BMWtatelive still getting ,This video is not available‘ - does that mean you’re not really broadcasting ,across the globe‘?

Kirstie Beaven 3 minutes ago: Where are you @frocked frocked ?#BMWtatelive

frocked frocked 2 minutes ago: @Kirstie Beaven I’m in germany

Kirstie Beaven a few seconds ago: @frocked frocked I think you should be able to see it there - it worked in the last one #BMWtatelive⁹⁶⁹

frocked frocked a few seconds ago: #BMWtatelive ok so obviously it has started & i can’t access it

frocked frocked one minute ago: @Kirstie Beaven - tried 3 different browsers, & changing google setting to worldwide, video still not available :(

Kirstie Beaven a few seconds ago: So sorry you couldn’t see it @frocked frocked Check back to see if you can see the documentation video tomorrow #BMWtatelive

(alle kommentiert zu Pablo Bronstein am 26.04.2012, gespeichert während der Performance)

⁹⁶⁹ Wie aus dem Abspann der Live Performances 2012 hervorgeht, war Kirstie Beaven damals „Producer, Interactive Media“ und gehörte damit zum Produktionsteam. Da ihre Kommentare aber von ihrem privaten Account gepostet wurden und nicht von dem der Tate, wurden diese nicht zusätzlich im Code ‚Tate Modern‘ aufgenommen.

Diese Diskurse über Liveness und globale Übertragung auf YouTube und in diesem Zusammenhang auch über die ‚Störungen‘ im Medium wurden bereits innerhalb der Diskursebenen der Performances geführt, nicht erst auf der Ebene der Kommentare auf YouTube, wie anhand der herausgearbeiteten Inszenierungsstrategien in den Kapiteln 8.2.1

bis 8.2.3 deutlich wurde und wie insbesondere die Performance *Les Yeux d'Argos* veranschaulicht. YouTube tritt somit als technologischer Akteur nicht nur in den Kommentarinhalten auf, sondern auch in den Performances selbst, die die Produktions- und Rezeptionsbedingungen im Internet reflektieren. Entscheidend ist hier die Performanz, die durch den stetigen Wechsel des medialen Rahmens zwischen YouTube, Museum und Theater generiert wird und damit gewollte Irritationen innerhalb der gewohnten Wahrnehmungskonditionen der Zuschauer/innen schafft. Ähnliche Medienbezüge zwischen YouTube und dem Theater verhandelt die Inszenierung *Western Society*, die im letzten Beispiel im folgenden Kapitel 9 vorgestellt wird.

9. YouTube-Öffentlichkeit jenseits von Text und Sprache: Zirkuläre Reinszenierungen in Gob Squads Theaterperformance *Western Society* (2013)

In Gob Squads Theaterinszenierung *Western Society* tritt YouTube als Akteur im Theaterraum auf. Die YouTube-Öffentlichkeit, die sich im Rahmen des gezeichneten Akteursnetzwerks zwischen YouTube und dem Theater bildet, zeichnet sich im Gegensatz zu den Protestinszenierungen und auch zu einigen der bereits vorgestellten Inszenierungen von Kunst und Theater durch nonverbale Diskursformen aus. Die beiden Inszenierungsstrategien, die in den anderen Beispielen bereits herausgearbeitet wurden, die *mimetische Subversion* und die *partizipative Produktion*, lassen sich aber in diesem intermedialen Netzwerk von *Western Society* genauso wiederfinden wie die bereits in den Kapiteln 7 und 8 thematisierten Rollen YouTubes als Display und Medium sowie die Neubefragung des Begriffs der Liveness im Spannungsfeld zwischen Theater und filmischer Videoübertragung.

9.1 Das Theaterkollektiv Gob Squad und seine intermedialen Reinszenierungen auf der Bühne

Das britisch-deutsche und in Berlin ansässige Theaterkollektiv Gob Squad, das sieben feste Mitglieder hat und seit über 20 Jahren besteht, inszenierte die Uraufführung von *Western Society* am 05. Oktober 2013 am Berliner Hebbel am Ufer (HAU). Das Stück war anschließend beim Theaterfestival *Spielart* 2013 in München zu Gast und wird seitdem in Europa und den USA gespielt.

Die Inszenierung ist ein Reenactment,⁹⁷⁰ eine Reinszenierung eines privat aufgenommenen YouTube-Videos, wie die Performer/innen am Anfang des Stückes selbst ankündigen. *Western Society* kann aber nicht nur aufgrund dieses Narrativs in der Theaterinszenierung selbst als Spiegel der YouTube-Kultur und des Umgang der Gesellschaft mit medial vermittelten Bilderwelten gesehen werden, sondern vor allem aufgrund seines intermedialen Inszenierungskonzeptes: Das Theaterstück wird wiederum selbst zu einer Vorlage für YouTube-Videos, da die in der Inszenierung gefilmten Mitschnitte – von Gob Squad als „Interaktiver Live Film“⁹⁷¹ bezeichnet – im Anschluss an jede Aufführung auf YouTube geladen und somit ebenfalls reinszeniert werden. Reinszenierung soll hier nicht als Reproduktion und bloße Kopie verstanden werden, sondern als Inszenierung im Sinne eines produktiven Rekonfigurierens und Neu-Kontextualisierens der gewählten Vorlage, ähnlich zur Begriffsverwendung in Kapitel 7.2 in Bezug auf die Reinszenierung *The Other Artist is Present* von Amir Baradaran. Gob Squad selbst sprechen von ihren Reenactments als „Form des Nachmachens und Wiederbelebens“, bei der es „nie um eine möglichst naturgetreue Rekonstruktion des Originals geht“, sondern „um ein offengelegtes Abarbeiten an Vorlagen und Originalen, ein Rekonstruieren, Reinterpretieren und Relokalisieren, das immer auch mit Projektion und Wunschvorstellung zu tun hat [...]“.⁹⁷² Jens Roselt und Otto fokussieren in ihrer Begriffsverwendung des Reenactments die Medienreflexion, die das Theater als „Zeitmaschine“⁹⁷³ auf die Bühne bringt.

⁹⁷⁰ Der Begriff des Reenactments wird hier im Sinne des künstlerischen Reenactments genutzt und nicht im Sinne der Reinszenierung historischer Ereignisse, bei denen der Begriff Reenactment das „Nachstellen historischer Ereignisse durch Laiendarsteller an historischen Schauplätzen“ bezeichnet. Vgl. Jens Roselt; Ulf Otto: „Nicht hier nicht jetzt. Einleitung“. In: Dies. (Hrsg.): *Theater als Zeitmaschine. Zur performativen Praxis des Reenactments. Theater und kulturwissenschaftliche Perspektiven*. Bielefeld: transcript 2012, S. 7–11, hier S. 7.

⁹⁷¹ Gob Squad (Hrsg.): *Gob Squad Lesebuch. Gob Squad und der unmögliche Versuch daraus klug zu werden*. Berlin: Gob Squad 2010, S. 85.

⁹⁷² Gob Squad (Hrsg.): *Gob Squad Lesebuch*, S. 44.

⁹⁷³ Vgl. Roselt; Otto: „Nicht hier nicht jetzt. Einleitung“, S. 10.

Die Medienreflexion ist nicht erst in *Western Society* ein zentraler Aspekt, sondern sie hat auch in der Regieästhetik vorheriger Inszenierungen von Gob Squad einen hohen Stellenwert. Seit 1994 lotet die Theatergruppe in ihren postdramatischen Performances das Spannungsfeld zwischen Video-Live-Übertragungen auf der Bühne, wechselnden Handlungsorten, wie zum Beispiel U-Bahnhöfen, Parkplätzen oder Hotels,⁹⁷⁴ und die – meist spontane – Einbindung der Zuschauer/innen in die immer selbst geschriebenen Stücke aus. „We try and explore the point where theatre meets art, media and real life“⁹⁷⁵, wie sich die Gruppe selbst in einem Satz charakterisiert. Seit der Jahrtausendwende arbeiten die Mitglieder verstärkt mit der Kommunikation über Telefon, Video und mit dem Internet als Medium in ihren Stücken. Gerade mit Hilfe technischer Kommunikationsmedien als Vermittler legen Gob Squad den Wandel menschlicher Kommunikation offen und üben dadurch eine Gesellschaftskritik, die Nina Tecklenburg, selbst Gast-Performerin bei einigen Stücken, wie folgt zusammenfasst:

*Gob Squad always dismantles the powerful mechanisms and seduction strategies of a culture dominated by screens and interfaces. Due to their excessive medial transmissions and image projections – which have become so habitual to most of us in our lives and have changed our relation to what we call an encounter – the group celebrates live performance as a space for the negotiation of encounter via mediation [...].*⁹⁷⁶

In *Super Night Shot* von 2003 filmen sie kurz vor jeder einzelnen Aufführung Szenen mit Passant/innen außerhalb des Theaters, die anschließend abends im Prater der Volksbühne am Rosa-Luxemburg-Platz in Berlin gezeigt werden. Mit *Super Night Shot* reflektieren Gob Squad die stereotypen narrativen Strukturen und die Präsentation des Helden im Hollywoodfilm, indem diese „mit den spontanen Erzählweisen der Passanten verwoben und in ein Spannungsverhältnis gesetzt“⁹⁷⁷ werden. Auch die Performance *Gob Squad's Kitchen (You've*

⁹⁷⁴ Siehe die Performance *15 Minutes to Comply* in einem U-Bahnhof in Kassel während der Documenta X 1997, *Calling Laika* auf einem Parkplatz 1998 in Frankfurt am Main und *Room Service* 2003 im InterCity Hotel in Hamburg. Alle Performances sind im „Projektarchiv“ auf der Website von Gob Squad nach Jahren sortiert mit Kurzbeschreibungen und Videotrailern zu finden, online unter: <http://www.gobsquad.com/projects/archive>. Vgl. zur dramaturgischen Funktion dieser verschiedenen Spielorte: Miriam Dreyse: „Wohnzimmer, U-Bahnhöfe, Parkplätze und Selbstbespiegelungen. Zu den frühen Arbeiten von Gob Squad“. In: *Forum Modernes Theater* 21 (2006), H. 1, S. 53–60.

⁹⁷⁵ Gob Squad: Portrait „About Us“ auf der Website, online unter: <http://www.gobsquad.com/about-us>.

⁹⁷⁶ Nina Tecklenburg: „Reality Enchanted, Contact Mediated. A Story of Gob Squad“. In: *TDR. The Drama Review* 56 (2012), H. 2, S. 8–33, hier S. 9f.

⁹⁷⁷ Tecklenburg: *Performing Stories*, S. 13.

⁹⁷⁸ *Gobs Squad's Kitchen* hatte am 30. März 2007 am Prater der Volksbühne am Rosa-Luxemburg-Platz in Berlin Premiere.

⁹⁷⁹ *Kitchen*. Andy Warhol [Reg.]. 70 Min. USA 1965. Das Drehbuch verfasste Ronald Tavel.

⁹⁸⁰ Vgl. Patrick Primavesi: „Moving Audiences. Strategies of Exposure in the Work of Gob Squad“. In: Maria Chatzichristodoulou; Janis Jefferies; Rachel Zerihan (Hrsg.): *Interfaces of Performance*. Farnham u.a.: Ashgate 2009, S. 95–105, hier 95 (=Digital Research in the Arts and Humanities).

⁹⁸¹ Nina Tecklenburg: „Mythos Ereignis – Mythos Aufführung. Künstlerische Reenactments als Entmythisierungsverfahren“. In: Roselt; Otto (Hrsg.): *Theater als Zeitmaschine*, S. 79–100, hier S. 80.

⁹⁸² Primavesi: „Moving Audiences“, S. 97.

⁹⁸³ Tecklenburg: „Mythos Ereignis – Mythos Aufführung“, S. 82.

never had it so good) von 2007,⁹⁷⁸ spielt mit dramaturgischen Strukturen des Films, hier allerdings als Reinszenierung einer Vorlage: Andy Warhols Film *Kitchen*⁹⁷⁹ aus dem Jahr 1965 und einige weitere seiner frühen Filme werden auf der Bühne mit einer Drei-Kanal-Video Projektion und einem dahinter aufgebauten Bühnenbild mit Wohnzimmer und Küche reinszeniert. Warhols *Kitchen* zeigt eine nur zum Schein nebenbei gefilmte beiläufige Alltagssituation, in der die Protagonist/innen an einem Küchentisch versammelt sind. Entscheidend ist hierbei, dass *Gob Squad's Kitchen* mehrere Ebenen der Präsentation hat: Es ist nicht nur eine Reinszenierung von Warhols Film, sondern zeigt ausschnittshaft auch den Alltag im New York der 1960er Jahre, also genau das, was Warhol selbst mit der Kamera einfing.⁹⁸⁰ Wie Tecklenburg betont, war der selbstauferlegte Ansatz der Gruppe, nicht die einzelnen Rollen der Filmfiguren nachzuspielen, sondern sich selbst „in die wilden Zeiten der 60er Jahre in Downtown Manhattan imaginär zurückzusetzen“⁹⁸¹. Interessant ist, dass das *Scheitern* der Reinszenierung der Alltagshandlungen aus dem Film als intendiertes dramaturgisches Inszenierungskonzept bei *Gob Squad* fungiert, wie Patrick Primavesi erklärt: „there is a problem with the ‚real‘ actors that hybridize the re-enactment acting such that it becomes *ob-scene*: acting exposes itself, by its failure to re-enact non-acting.“⁹⁸² Die Reinszenierung ist damit keine einfache Kopie von Warhols *Kitchen*, sondern eröffnet eine neue Reflexionsebene auf der Bühne, die die Performer/innen als unzulängliche, falsche Kopien entlarven soll. Dieses Narrativ wird zudem dadurch visualisiert, dass im Laufe des Stückes die Rollen der Performer/innen selbst durch Akteur/innen aus dem Publikum ersetzt werden, die per Kopfhörer Anweisungen bekommen und so als „Kopie der Kopie“⁹⁸³ agieren. Insgesamt reflektiert die Performance das Verhältnis zwischen Theater und Medien, zwischen Original und Kopie:

Although it plays with elements of comedy, Gob Squad's Kitchen turns out to be an allegoric commentary on some basic elements in the current ideology of media and performance: liveness is demonstrated as

*fake, participation as a process of isolation in exposure, fun as a mode of hysterical overacting, and intermediality as a ghostly withdrawal of presence.*⁹⁸⁴

⁹⁸⁴ Primavesi: „Moving Audiences“, S. 98.

Sechs Jahre später ist in *Western Society* erneut ein Film eine Vorlage für Gob Squads neues Stück, allerdings geht hier die Auseinandersetzung mit dem Verhältnis zwischen der Gesellschaft und den Medien über diejenige in *Kitchen* hinaus: *Western Society* entwickelt 2013 das Inszenierungskonzept von *Kitchen* 2007 weiter, da eine Medienreflexion nicht nur auf der Produktionsebene der Theaterinszenierung stattfindet, sondern auch auf ihrer Rezeptionsebene.

9.2 „Ein großes ganzes Gefüge“: *Western Society* als Akteursnetzwerk zwischen Theater und YouTube

9.2.1 YouTube als Medium im Theater

Die Performance *Western Society* weist einige Parallelen zu *Gob Squad's Kitchen* auf. Hier wie dort werden Zuschauer/innen zu Co-Akteur/innen auf der Bühne, die über Kopfhörer Handlungsanweisungen zu ihrem Part bekommen, in beiden Fällen geht es um eine Kopie der Kopie als Reinszenierung eines Videos beziehungsweise Films. Während das künstlerische Mittel der Reinszenierung als durchgängiges Konzept in *Gob Squad's Kitchen* jedoch nur auf der Theaterbühne eingesetzt wird, geht *Western Society* darüber hinaus und wirkt nach der Theaterinszenierung in der medialen Öffentlichkeit auf YouTube weiter, wenn einerseits ein YouTube-Video als Vorlage dient, die Videoplattform aber gleichzeitig als nachgelagertes Display des Filmmaterials fungiert, welches Gob Squad während der Aufführung produzieren. Es findet ein Kreislauf zwischen der Reinszenierung eines (Video-)Films und der Reinszenierung von Theater im Video auf und mit YouTube statt. Die Inszenierung auf YouTube wird dabei stetig erweitert, indem sie um immer neue Videos mit Ausschnitten aus den Aufführungen ergänzt wird.

Gob Squads *Western Society* kann dementsprechend nur als Netzwerk mit zwei Diskursebenen, im Theaterraum und im Medium YouTube, ganzheitlich erfasst werden, wie Tabelle 7 zeigt. Durch das Zusammentreffen mit der YouTube-Öffentlichkeit remediatisieren sich die Medien Theater und YouTube gegenseitig, sodass die Rezeptionsebene auf YouTube zur Produktionsebene von *Western Society* als Netzwerk *zwischen* Theater und YouTube gehört. Als Akteur/innen dieses Netzwerks werden neben Gob Squad als Theaterakteur die Zuschauer/innen, YouTube und die YouTube-Nutzer/innen als Akteur/innen der Inszenierung fokussiert:

Tabelle 7: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im Netzwerk *Western Society* (eigene Darstellung)

		Ausgewählte DISKURSEBENEN , auf denen die Handlungsinitiativen der Akteur/innen sichtbar und erfasst werden	
		Die Theaterinszenierung	Die <i>Western Society reenactments</i> ⁹⁸⁵ auf YouTube
Ausgewählte AKTEUR/INNEN der Inszenierungen	Gob Squad	In welcher Rolle treten Gob Squad in der Theaterinszenierung auf?	Wie treten Gob Squad im Display YouTube auf?
	Die Zuschauer/innen	Wie treten die Zuschauer/innen als Akteur/innen der Theaterinszenierung auf?	Wie treten die Zuschauer/innen als Akteur/innen im <i>reenactment video</i> auf?
	YouTube	Wie tritt das Medium YouTube als technologischer Akteur im Medium Theater auf?	Wie macht sich das Display YouTube als Rahmen der <i>reenactment videos</i> bemerkbar?
	YouTube-Nutzer/innen	Inwiefern werden die YouTube-Nutzer/innen in der Theaterinszenierung thematisiert?	Wie machen sich die YouTube-Nutzer/innen als Adressat/innen der <i>reenactment videos</i> bemerkbar?

⁹⁸⁵ So betiteln Gob Squad selbst die Videos auf YouTube in ihrem Kanal mit einer eigenen Playlist zu *Western Society*, siehe online unter: <http://www.youtube.com/playlist?list=PLNz0ZB8jURInV7TS5hblrs-7cy9kSOI4Un>.

Da noch keine Kommentare zu den *reenactment videos* auf YouTube gepostet wurden, wird in diesem Kapitel im Gegensatz zu den vorherigen keine empirische Inhaltsanalyse durchgeführt, sondern eine YouTube-Öffentlichkeit jenseits von textuellen Diskursformen analysiert.

Die folgende Inszenierungsanalyse zeigt, welche Rolle die Akteur/innen auf der Diskursebene der Theaterinszenierung übernehmen. Anschließend werden das Display YouTube sowie die anderen Akteur/innen der Inszenierung auf der Diskursebene der *reenactment videos* online beleuchtet.

In der ersten Szene der Inszenierung zeigt das Bühnenbild an den Rändern der Spielfläche umgestoßene Möbelstücke. Im Hintergrund steht eine große Videoleinwand, auf der der weiße Schriftzug „1.000.000 Years B.C.“⁹⁸⁶ zu lesen ist, woraufhin ein Zahlen-Countdown rückwärts zu laufen beginnt und den Weg der Zivilisation bis heute markiert: Nach und nach treten die Darsteller/innen nackt auf die Bühne, bringen große Einkaufstüten mit, schleppen ein Ledersofa samt Wohnzimmertisch heran und decken eine lange Tafel mit einer goldenen Tischdecke. Beim Jahr „1956“ posieren die Darsteller/innen vor einer direkt gegenüber dem Sofa aufgestellten Kamera. Sie sind nun mit goldfarbenen Hosen und schweren Goldketten bekleidet, der Performer Sean Patten⁹⁸⁷ trägt Stöckelschuhe. Kurze Zeit später ist der Countdown im Heute angelangt, bei der Uraufführung also dem Jahr 2013. Jegliche Unordnung auf der Bühne ist verschwunden, alle Möbel sind an ihren Platz gerückt und eine zweite Videoleinwand wird auf die Bühne gefahren, auf der die Live-Projektion des dahinterliegenden und durch das Sofa markierten Wohnzimmers sichtbar ist (siehe Abbildung 12).

⁹⁸⁶ Die folgenden Zitate und Zeitangaben beziehen sich auf eine Aufzeichnung der Aufführung am 03. November 2013 am HAU Berlin, die mit vier Kameras erstellt und geschnitten ist und im Account von Gob Squad auf vimeo passwortgeschützt abrufbar ist, online unter: <http://vimeo.com/84247084>. Die Verfasserin hat einen Zugang für den wissenschaftlichen Gebrauch erhalten. Das Video hat insgesamt eine Länge von 01:45:00 Stunden.

⁹⁸⁷ Die Darsteller/innen sprechen sich in der gesamten Inszenierung gegenseitig mit ihren Vornamen an, daher können im Folgenden die Namen der Darsteller/innen jeweils den Zitaten der Figuren auf der Bühne zugeordnet werden. Die Performer/innen wechseln bei jeder Aufführung, die Zuordnungen der Figuren in diesem Kapitel beziehen sich auf die Aufführung am 03. November 2013 am HAU Berlin.



Abbildung 12: Screenshots aus der Aufzeichnung der Aufführung von *Western Society* am 03. November 2013 am HAU Berlin, Videomitschnitt auf vimeo (passwortgeschützter Zugriff)

Es folgt eine deutsch- und englischsprachige Einführung durch zwei Darsteller/innen, die als dramaturgische Klammer des darauf folgenden Geschehens dient: Sean spricht erschöpft in sein Mikrofon: „Hey. 3rd of November 2013. We made it. Hello. Welcome to *Western Society*.“ Berit Stumpf präsentiert anschließend das „Wohnzimmer“, wo die dritte Darstellerin, Sarah, auf dem Sofa sitzt, was auf der Leinwand zu sehen ist und Sean fügt hinzu: „Welcome to the livingroom, the heart of the western home.“ Die beiden erklären, dass das Ziel des Abends sei, ein „ganz gewöhnliches Heimvideo“ nachzustellen, etwas „absolut Normales, Alltägliches“ zu reinszenieren.

Es ist nämlich ein ganz besonderes Video, das wir im Internet gefunden haben, auf YouTube, und ja, es ist 2 Minuten und 55 Sekunden lang, und wir haben in diesen 2 Minuten und 55 Sekunden eigentlich unser ganzes Leben gesehen. Also alles, was wir heute sind, alles, was wir erreicht haben (Berit in Western Society, Gob Squad)

You could say it's a microcosm of the whole world. (Sean in Western Society, Gob Squad)

Das YouTube-Video stammt laut Berit aus Kalifornien, das „natürlich der äußerste Rand der westlichen Welt“ sei. Vom Sofa aus hält Sarah ihr Smartphone mit dem Video in die Kamera der Live-Projektion auf der Leinwand, wobei nur die Anordnung der Figuren im Wohnzimmer sichtbar ist, die Kamera zoomt bewusst nicht so nah heran, damit deren Gesichter nicht erkennbar sind, aus rechtlichen Gründen, wie Sean erklärt. Die Protagonist/innen fassen den Inhalt des Videos mündlich für das Publikum zusammen: Viel sei nicht erkennbar, nur eine „erweiterte Familie“ und dass in einem Wohnzimmer „Massen an Kuchen konsumiert werden und dass die Leute alle versammelt um die Karaoke-Maschine herum sitzen, wie man früher um ein Lagerfeuer versammelt war“. Die Figuren im Video kommunizieren kaum miteinander, sie lesen oder spielen mit ihrem Smartphone. Das Video wirke wie mit einer Standkamera gefilmt, und als Gob Squad auf YouTube darauf gestoßen seien, sei es bereits ein paar Jahre online

gewesen, jedoch hätten es bis zu diesem Zeitpunkt nur vier Leute gesehen, „nicht mal alle Beteiligten haben es sich angeschaut“. Da die jetzt erreichten 186 Klicks vermutlich von Gob Squad selbst seien, sei es „probably the least watched video on the internet“, wie Sean feststellt. Die gezielte Auswahl dieses YouTube-Videos für die Theaterbühne zeigt, dass es Gob Squad nicht darum geht, die spezielle Handlung eines Videos zu reinszenieren, sondern anhand dieser kaum beachteten filmischen Momentaufnahme einer Feier die fehlende Kommunikation in der Gesellschaft auszustellen.

Direkt im Anschluss an diese Einführung zum YouTube-Video als ‚Quelle‘ und ‚Vorlage‘ der Reinszenierung auf der Bühne erscheinen auf der Videoleinwand die Umriss der Figuren im Heimvideo in weißer Farbe (siehe Abbildung 12, rechts). Die Leinwand spiegelt so genau dieselbe Kadrierung wider, die auch im YouTube-Video zu sehen ist: Sarah bekommt von Sean und Berit die Rolle des „girl with a phone“ zugewiesen, ihre Sitzposition auf dem Sofa schmiegt sich an den weißen Umriss auf der Leinwand an, die das Geschehen auf der Bühne projiziert. Die Umriss der weiteren Rollen aus dem Video werden nach und nach mit Gob Squad-Mitgliedern ‚ausgefüllt‘. Dadurch entsteht zwar für einen flüchtigen Augenblick ein Tableau vivant auf der Leinwand, das sich mimetisch an ein Standbild aus dem YouTube-Video angleicht. Das Tableau ist jedoch nie fertig, da die Rollenzuweisungen der Darsteller/innen immer wieder wechseln. Die Umriss als leere Hüllen werden somit immer nur vorläufig besetzt und ausgefüllt, jede Identifikation der Darsteller/innen mit einer bestimmten Figur wird bewusst unterlaufen – analog zu Nutzerrollen im Videonetzwerk YouTube, wo sich Nutzer/innen ebenfalls mit verschiedenen Accounts und anonymen Profilen einloggen können. In *Western Society* tragen zu diesem Narrativ der wechselnden Akteur/innen auch die vagen Bezeichnungen bei, die Gob Squad den Figuren im YouTube-Video geben. Die Figuren werden in dieser elfminütigen Exposition durch einzelne visuelle Merkmale oder durch ihre Tätigkeiten voneinander unterschieden, als „white cap boy“, „granny“, „remote control man“,

„next to remote“, „cake eating lady“ oder „caraoke singer“. Dabei ist die Anzahl an Protagonist/innen auf der Bühne (vier) geringer als die der Personenumrisse und damit der Darsteller/innen im YouTube-Video (sieben). Diese Inkongruenz ist bei Gob Squad intendiert und künstlerisches Konzept der Inszenierung, wie bei ihren anderen Stücken auch, genauso wie das Cross-Dressing der Darsteller/innen. Feste Rollenzuweisungen werden verweigert, wie Primavesi in diesem Zusammenhang erklärt: „A Gob Squad member acts rather as *persona* somewhere between the character of a particular show, an everyday-live person, and the image of a personality branded by the process of mediatization.“⁹⁸⁸ Die hier angesprochene Selbstinszenierung drückt sich in *Western Society* nicht nur als Selbstinszenierung der Darsteller/innen auf der Bühne aus, sondern spielt auch auf die Selbstdarstellung der Gesellschaft innerhalb der YouTube-Öffentlichkeit an. Diese Selbstinszenierung des Individuums wird durch mehrere gesungene Lieder und Karaoke-Einlagen vermittelt, wie zum Beispiel mit *California Dreaming* und Michael Jacksons *Earth Song*. Diese Szenen erinnern an die zahlreichen privat gedrehten und auf YouTube eingestellten Videos mit musikalischen Darbietungen vor der heimischen Webcam. Das mehrmalige ‚Zapping‘ der Darsteller/innen mit einer Fernbedienung, die aus dem Wohnzimmer auf die Leinwand und damit in Richtung des Zuschauerraums gerichtet ist, führt jeweils zu einem abrupten Wechsel der eingespielten Musik.

Immer wieder treten die Performer/innen aus ihren Rollen als Kopien der Videoprotagonist/innen heraus und reflektieren nacheinander das Geschehen,⁹⁸⁹ wie der folgende Dialog zwischen Sarah und Sharon beispielhaft veranschaulicht:

Sharon, what are we doing? (Sarah in Western Society, Gob Squad)

I am very glad that you ask me that question, Sarah; [...] I think we are trying to feel at home in other people's lives. It's like, it's like we're tourists and we've gone on holiday away from our own lives and into somebody else's lives, embodying their movements as though it's a place we can visit.

⁹⁸⁸ Primavesi: „Moving Audiences“, S. 98.

⁹⁸⁹ Vgl. Min 14:26–21:00 und 29:05–31:53.

It's starting to make sense. [...] Granny's dance which was once an original moment for granny... I don't feel like a fault, I mean Sean now he's dancing as granny, is it cheating to take her movements and be inside her? Is it a lie? Surely not. [...] We're just all copies, I mean, was granny's movement original because she might think it is? I swear I've seen those moves before. (Sharon in Western Society, Gob Squad)

Mit diesem Statement wird der Diskurs um die Reinszenierung des Originals in der Kopie angesprochen. Auch im Fall von Mashups und Remixes spielt dies eine zentrale Rolle, da durch die verteilte Autorschaft ein vermeintliches Original kaum noch von dessen Kopie abgegrenzt werden kann. Das von den Performer/innen benutzte Personalpronomen „wir“ anstatt „ich“ wird auch verwendet, als nacheinander jede/r der Darsteller/innen seinen/ihren Part hinterfragt: „We are remote control man“ sagt Sharon, „we are standing in for girl with phone“ sagt Sean. Das „Wir“ abstrahiert nochmals die Rolle von dem/der jeweiligen Darsteller/in und zeichnet damit alle Figuren auf der Bühne als „Kopien“ ohne eine Rollenidentifikation aus.

Mit Frage- und Antwort-Spielen wie „slave workers handmaking your stuff or people in the factory being paid a good wage?“, „Obama or Putin?“, „Julian Assange or Philipp Lahm?“, „Syria or Israel?“, „chemical weapons or drones?“, aber zum Beispiel auch „ecstasy or acid?“ und „a wild party or a night on the sofa?“ spielen die Performer/innen auf die zahlreichen Möglichkeiten des Individuums in der Gesellschaft an, auf das Positionieren innerhalb des ‚Strudels‘ der vermittelten Meinungen und Diskurse in der medialen Öffentlichkeit inner- und außerhalb des Internets. Auch hier agieren die Darsteller/innen in einem ‚Dazwischen‘, zwischen den Rollen der Figuren im Video, der Rolle der Bühnenfigur und ihren eigenen Persönlichkeiten als Schauspieler/innen. Bei einem Vergleich des Aufführungstextes von 2013 mit dem der Wiederaufnahme im HAU im Januar 2015⁹⁹⁰ fällt auf, dass Gob Squad den Theatertext genauso wie das gesamte Inszenierungskonzept als offenes Netzwerk betrachten und den Aufführungstext jeweils an die aktuellen politischen Ereignisse, die Nachrichtenlage und die

⁹⁹⁰ Zusätzlich zum Videomit-schnitt hat die Verfasserin die Aufführungen von *Western Society* beim Festival *Spielart* in München am 27. November 2013 sowie im HAU Berlin am 17. Januar 2015 besucht.

Diskurse in der Presse anpassen: In der Aufführung vom 17. Januar 2015 im HAU waren Anspielungen auf den Krieg in der Ukraine oder den Terrorakt in der Redaktion des Satire-Magazins *Charlie Hebdo* vom 07. Januar 2015 in Paris neu eingeflochten worden.

9.2.2 Die Zuschauer/innen als Akteur/innen der Theaterinszenierung

Zu den Komponenten der Inszenierung, die eine Festlegung und eindeutige Interpretation verhindern, fügt sich das Auswechseln der Performer/innen durch Zuschauer/innen aus dem Publikum als Akteur/innen auf der Bühne passend ein. Dies wird nach der ersten halben Stunde der Inszenierung angebahnt: Champagner und Schokolade werden auf der Tafel am Bühnenrand vorbereitet, Sharon und Sarah erklären wie in einem Talkshow- oder TV-Actionshow-Format mit spannungssteigernder Hintergrundmusik die Regeln: Zuschauer/innen, die ein Kuscheltier fangen, können eines von „seven golden tickets – tickets into *Western Society*“ ergattern. „Because it’s a remake, all they [die teilnehmenden Zuschauer/innen, I.C.] have to do, is to copy the original“. Die sieben freiwilligen Akteur/innen aus dem Publikum werden anschließend von den Performer/innen geführt, indem diese ihnen Handlungsanweisungen über Headsets live einflüstern. Die Akteur/innen von Gob Squad steuern so andere Akteur/innen der Inszenierung und beschreiben diese Technik, die sie in vielen ihrer Stücke nutzen, als *remote acting*, das bewusst genutzt wird, um „Distanz“ zu schaffen und Rollenidentifikation zu vermeiden:

Der, der spricht, ist nicht mehr automatisch der, dem das Gesagte gehört und der dazu eine bestimmte Haltung vermitteln will. Sprechender und Autor stimmen nicht überein. Die Sprache wird somit von jeglicher Emotion und Intention abgetrennt und in ihrer hölzernen Konstruiertheit offenbar. Die einzelnen Worte klingen wie ausgeliehen, übergestülpt, wie zum ersten Mal gehört und ausgesprochen. Der Kopfhörer fungiert wie ein eingebauter Filter, eine Zwischeninstanz, die zum Gesagten Distanz und Fremdheit aufbaut.⁹⁹¹

⁹⁹¹ Gob Squad (Hrsg.): *Gob Squad Lesebuch*, S. 76.

Der vergleichsweise niedrige Stellenwert von Sprache, den Gob Squad hier in Bezug auf ihre postdramatischen Stücke allgemein beschreiben, wird in *Western Society* nicht nur am Beispiel des *remote acting* deutlich, sondern insbesondere auch in den Reinszenierungen auf YouTube, wie das Kapitel 9.2.3 zeigen wird.

Die Zuschauer/innen haben die Performer/innen als Co-Akteur/innen und ‚neue Kopien‘ der Protagonist/innen im Heimvideo aus Kalifornien ersetzt und nehmen nun ihre jeweilige Rolle ein, indem sie die weißen Umrisse auf der Leinwand als „Kopien der Kopien“⁹⁹² ausfüllen. An der Anordnung der Figuren auf der Bühne wird sichtbar, dass Gob Squad ab jetzt die Rolle von Kommentator/innen und Moderator/innen übernehmen, die das Geschehen im Wohnzimmer rahmen: Sie stehen seitlich und schauen auf den Bildschirm, der die Live-Übertragung des Beisammenseins im Wohnzimmer mit den Akteur/innen aus dem Publikum zeigt (siehe Abbildung 13).

⁹⁹² Tecklenburg: „Mythos Ereignis – Mythos Aufführung“, S. 82.



Abbildung 13: Screenshots aus *Western Society*: Zuschauer/innen sitzen als Co-Akteur/innen der Theaterinszenierung auf der Bühne und reinszenieren das YouTube-Video als Live-Aufnahme unter der Moderation von Gob Squad.

Sean kündigt die kurz darauf startende Videoaufzeichnung an und verortet das entstehende Filmmaterial im Hier und Jetzt des flüchtigen theatralen Erlebnisses:

What we are about to see, is not a reenactment of anything you can read about in any history book. This is a reenactment of one of the least watched videos on the internet. For the record this reenactment is

taking place at HAU 2, Hallesches Ufer 32, Berlin, Germany, Europe, the world, the Solar System, the galaxy, the universe. Three, two, one, record. (Sean in Western Society, Gob Squad)

Während der Aufzeichnung ist zunächst nur das Gelächter des Theaterpublikums zu hören, bevor einer der Darsteller per Fernbedienung die Tonspur des YouTube-Videos einschaltet.

Berit setzt anschließend den Metakommentar der gefilmten Akteur/innen fort, die ihre Rollen im Wohnzimmer ‚ausführen‘ – Kuchen essen, tanzen, mit dem Handy spielen – und stellt fest:

Es ist der Wahnsinn. Es ist wie eine Maschine, die wir jetzt in Gang gebracht haben und die jetzt von ganz allein läuft. Ich habe das Gefühl, es könnte ewig so weitergehen. Es ist wie so ein selbstregulierendes System, wo durch Feedback Stabilität hergestellt wird, und durch diese Summe der einzelnen Teile entsteht ein großes ganzes Gefüge, vom dem die alle Teil sind. (Berit in Western Society, Gob Squad)

Dieses Zitat und insbesondere die Metapher der „Maschine“, die die Performer/innen „in Gang gebracht haben“, können als repräsentativ für die gesamte Inszenierung als Akteursnetzwerk zwischen dem Theaterraum und dem digitalen Raum auf YouTube bezeichnet werden. Der Akt der Live-Aufzeichnung in der flüchtigen Theaterinszenierung ergibt zusammen mit dem anschließenden Akt des Video-Uploads auf YouTube eine zirkulär angelegte Reinszenierung, die sich gegenseitig am Laufen hält. Nur beide Diskursebenen zusammen ergeben *Western Society* als „Summe der einzelnen Teile“.

Gobs Squads Rolle als Kommentator/innen der gefilmten Akteur/innen wird im weiteren Verlauf der Inszenierung dadurch ergänzt, dass sie in den Bühnenraum des Wohnzimmers und damit in das reinszenierte Geschehen des YouTube-Videos eintauchen: „Actually I just see a really good party, a good party that I wanna be part of. So, I’m going in“, wie Sean verkündet. Gob Squad nehmen aber nicht wirklich am Geschehen teil, sondern mustern die Akteur/innen vielmehr, wodurch eine Distanz zwischen den verschiedenen Akteur/innen entsteht: Die

Performer/innen von Gob Squad treten nur physisch in den markierten Raum des Wohnzimmers ein, nehmen jedoch keine Rollen aus dem Heimvideo mehr ein, wie es die Akteur/innen aus dem Publikum tun, sondern genießen eine „journalistic immunity“, wie Sean es beschreibt.⁹⁹³ Die mitwirkenden Zuschauer/innen und Gob Squad sind zwar alle auf der Bühne präsent, dennoch haben sie verschiedene Rollen als Akteur/innen des Netzwerks.

Die Performer/innen beginnen, nacheinander die Lebensgeschichten der Figuren im Wohnzimmer zu skizzieren und verweben diese dabei mit ‚eigenen‘ oder fiktiven, in der ‚Ich-Form‘ erzählten Kindheitserlebnissen und Familiengeschichten. Die Dialoge zwischen den Performer/innen ahmen dabei oft auch Beratungstechniken in therapeutischen Sitzungen nach, die sich an Gesprächsleitfäden orientieren, und überzeichnen diese: Nachdem Berit offenbart hat, dass sie sich bei den Partys ihrer Eltern im Wohnzimmer zunehmend fremd gefühlt hat, fragt Sean: „Are you happy now? And thinking about your life as a whole, how happy are you on a scale of one to ten? One is suicidal, ten is a state of crazy religious extasy? [...] How guilty do you feel on a scale of one to ten? Let’s work on this.“ Nach den anschließenden Tanzeinlagen von Gob Squad zusammen mit den Akteur/innen aus dem Publikum wird die Unterhaltung als gesellige Runde an der Tafel am Rand der Bühne mit Champagner und Schokolade fortgesetzt. Hier wandelt sich für kurze Zeit die heitere Grundstimmung der Inszenierung: Die eingespielten Nachrichten, die die Großmutter „granny“ mehrmals auf dem Anrufbeantworter hinterlässt, lassen die Zuschauer/innen im Publikum kurz innehalten und bewegen sie womöglich zum Nachdenken über eigene familiäre Kommunikationsbeziehungen. Zur ausgelassenen Stimmung der Akteur/innen am Tisch dringen sie jedoch erst dann durch, als Sean aufsteht und erklärt, dass es seine Mutter sei, die vergeblich versuche, ihn anzurufen.

Kurz vor Ende der Performance findet eine von Gob Squad selbst mit der Strategie des *remote acting* ermöglichte ‚Abrechnung‘ mit dem eigenen Inszenierungskonzept statt: Die Performer/innen lassen einen

⁹⁹³ Vgl. dazu die Körperhaltung der Performer/innen in Abbildung F.1 in Anhang F).

der Akteure aus dem Publikum die Stückdramaturgie der Inszenierung reflektieren, indem sie ihm die folgenden Sätze zum Nachsprechen einflüstern:

Sarah, I am not your dad, Sharon I am not your dad too [...] and by the way Sean, I am also not your future son-in-law. [...] I am just nothing of all that. I've got my own life, ok. I've got my family to do with [...] they've got their own problems. [...] I am talking for everyone else here. I am talking behalf of the whole chorus sitting over there on the table, munching chocolate and they didn't have a chance to even open their mouths tonight. Look at them now. [...] You're using us. You are using us as images. The less we say the better you can project onto us whatever you want to see. [...] it's over now. I am going home. Back to my own life. Back to my own sofa. My own living room. [...] [alle Hervorhebungen von mir, I.C.] (Darsteller mit dem Kopfhörer Nr. 2 in Western Society, Gob Squad)

Wie die hervorgehobenen Passagen im Zitat veranschaulichen, versuchen Gob Squad hier, den Theaterkritiker/innen vorab ‚den Wind aus den Segeln‘ zu nehmen, und arbeiten die zu erwartende Kritik, dass die Performer/innen die auf der Bühne agierenden Zuschauer/innen nur als Projektionsflächen „benutzen“, als einen Metadiskurs in den Inszenierungstext mit ein und machen sich damit weniger angreifbar. In den internationalen Theaterkritiken der Inszenierung wird der in Gob Squads Produktionen sehr häufige Einsatz von Laiendarsteller/innen aus dem Publikum trotz dieser dramaturgisch antizipierten Selbstkritik sehr unterschiedlich beurteilt. Während für die Kritikerin in der Online-Ausgabe der österreichischen Zeitung *Der Standard* die teilnehmenden Zuschauer/innen mit ihren Kopfhörern, denen sie eine „nichtsahnende Ohnmacht“⁹⁹⁴ zuschreibt, durchaus einen starken Eindruck hinterlassen, beschreibt der Kritiker der Aufführung von *Western Society* im REDCAT Theater Los Angeles im September 2014 seine Sicht als teilnehmender Co-Akteur auf der Bühne hingegen etwas anders und fühlt sich hintergangen:

⁹⁹⁴ Margarete Affenzeller: „Manipulierte Youtube-Träume aus Kalifornien“. In: *DerStandard.at* (28.11.2013), online unter: <http://derstandard.at/1385169236236/Manipulierte-Youtube-Traeume-aus-Kalifornien>.

*The awkwardness on stage is a source of some amusement for the crowd, which is uncomfortable on our behalf but not as much as they are grateful for our taking the bullet. Making audiences uncomfortable is a staple of cutting-edge theater. [...] I feel used and cheated.*⁹⁹⁵

Diese individuelle Wahrnehmung und die unterschiedlichen Eindrücke der einzelnen Zuschauer/innen, als Co-Akteur/innen oder als Publikum, sind im Stück angelegt. Das Agieren und gegenseitige „Handeln-Machen“⁹⁹⁶, wie es Latour nennt und was hier die Zusammenarbeit zwischen den Akteur/innen – Gob Squad, YouTube und die Zuschauer/innen als Co-Akteur/innen – treffend beschreibt, ist stets an der Grenze zwischen *Ausstellen* und *Mitmachen* angesiedelt. Die unterschiedlichen Erfahrungen der teilnehmenden Zuschauer/innen und die Art, wie sie in der Öffentlichkeit im Anschluss an die jeweiligen Aufführungen vermittelt werden, sind Bestandteil des gesamten Netzwerks *Western Society*.

In der letzten Szene der Inszenierung erhalten die Laiendarsteller/innen die Möglichkeit, das aufgenommene Video der Reinszenierung selbst in Slow-Motion auf der Leinwand anzuschauen. Anschließend ist als Abschluss des Stückes ein weißer Schriftzug auf der Leinwand zu lesen, der den Theaterraum mit der Außenwelt und mit der anschließenden Präsenz der Reinszenierung auf YouTube kurzschließt: „Tonight’s *reenactment video* will be available soon for viewing on the world wide web“.

9.2.3 Die Reinszenierung von *Western Society* im Display YouTube als nonverbaler Diskurs in der Netzwerköffentlichkeit

Im Anschluss an jede Aufführung von *Western Society* wird das live mitgeschnittene *reenactment video* im YouTube-Kanal von Gob Squad hochgeladen.⁹⁹⁷ Damit erweitert sich die Theateröffentlichkeit der Inszenierung, die auf eine zerstreute Rezeption inner- und außerhalb des Internets angelegt ist. YouTube fungiert in den zirkulären Inszenierungen von *Western Society* somit einerseits als medialer Akteur⁹⁹⁸ innerhalb des Hypermediums Theater und andererseits als Display für

⁹⁹⁵ Jason Rohrer: „Los Angeles Theater Review: Western Society (Gob Squad at RED-CAT)“. In: *Stage and Cinema* (19.09.2014), online unter: <http://www.stageandcinema.com/2014/09/19/western-society-gob-squad/#sthash.mkU7Wkyq.dpuf>.

⁹⁹⁶ Latour: *Die Hoffnung der Pandora*, S. 354.

⁹⁹⁷ Vgl. die Playlist *Western Society Reenactments* im YouTube-Kanal von Gob Squad, online unter: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLNzOZB8JURlnV7TS5hblrs-7cy9kSO4In>.

⁹⁹⁸ In ihrer Produktion *My Square Lady – Von Menschen und Maschinen. Eine Opernmerkung*, die am 21.06.2015 an der Komischen Oper Berlin uraufgeführt wurde, gehen Gob Squad sogar über den Ansatz hinaus, digitale Medien wie YouTube als technologische Akteure auf der Bühne auszustellen: In ihrer ersten Operninszenierung wirkt der Roboter Myon mit, der die Grenzen zwischen menschlichen und technologischen Akteur/innen im Sinne der ANT noch stärker verschwimmen lässt. Vgl. zu dieser Produktion ausführlich: Patrick Wildermann: Gob Squad: „Mein Gott, er hat mich angesehen! Berit Stumpf und Sean Patten von Gob Squad über ihre Arbeit mit einem Roboter in der Oper und die Frage, was uns zu Menschen macht. Ein Gespräch anlässlich des 20-jährigen Bestehens des Kollektivs“. In: *Theater der Zeit* 69 (2014), H. 11, S. 18–21.

die Performanz der *reenactment videos* in der Netzwerköffentlichkeit. *Western Society* als offenes Netzwerk aus Inszenierung und Öffentlichkeit wird um immer wieder neue Akteur/innen und Diskurse ergänzt: im Theaterraum durch stets wechselnde Akteur/innen aus dem ortsabhängigen Publikum und auf der zeit- und ortsunabhängigen Plattform YouTube durch Nutzer/innen, die die Videos weiterleiten, verlinken und kommentieren können oder gar als Vorlage für weitere Reinszenierungen nutzen und eigene Mashups daraus bilden, die in der YouTube-Öffentlichkeit zirkulieren.

Die wechselnden Theaterzuschauer/innen, die in *Western Society* auftreten, und die auf YouTube gefundene ‚Videovorlage‘ agieren auf beiden Diskursebenen – im Theater und auf YouTube. Die Mitglieder von Gob Squad selbst treten nur in der Theaterperformance auf der Bühne auf, jedoch nicht innerhalb der ausgewählten Videoausschnitte, die sie im YouTube-Kanal hochladen. Gob Squad treten somit auf der Diskursebene auf YouTube nur in den Titeln der *reenactment videos* auf und bleiben damit ausschließlich (nonverbale) Kommentator/innen und kaum sichtbare Moderator/innen, die durch den Kanal mit dem ‚Label‘ Gob Squad als Rahmen die Auswahl der Mitschnitte und deren Rezeption auf YouTube steuern: Die Videos sind nummeriert und nur durch ihren Titel mit der jeweiligen Aufführung in der genannten Stadt verknüpft (siehe Abbildung 14). Neben diesem Metatext treten die Performer/innen nur noch über den rot blinkenden Punkt als Zeichen der Aufnahme und das dazugehörige Schriftinsert „REC“ im Videodisplay in Erscheinung, da dadurch sichtbar wird, dass die Aufnahme im Theater vor Ort gefilmt wurde und diese Live-Aufzeichnung Teil der Inszenierung auf YouTube ist.



Abbildung 14: Screenshot eines der Western Society reenactment videos im YouTube-Kanal von Gob Squad

Über die Handlungsinitiative von YouTube können die einzelnen Aufführungen mit der von Gob Squad gewählten Inszenierungsstrategie der partizipativen Produktion mit jeweils wechselnden Zuschauer/innen als Akteur/innen zueinander in Beziehung gesetzt werden. Die lokalen Aufführungen in den einzelnen Städten, die jedes Mal anders verlaufen, treffen im Display YouTube in einer zusätzlichen Gesamtinszenierung auf der digitalen Bühne aufeinander und bleiben in diesem interaktiven Archiv erhalten. Bisher sind zwar noch keine Kommentare zu den *reenactment videos* der einzelnen Aufführungen gepostet worden, das kann sich aber jederzeit ändern.

Die *reenactment videos* ersetzen nicht den Besuch der Aufführungen als theatrale Ereignisse, sondern ergänzen diese jenseits des Theaterraums: Zum flüchtigen Live-Erlebnis der verschiedenen Theateraufführungen kommt über YouTube als integrativem Akteur eine zusätzliche Wahrnehmungsdimension hinzu. Neben der chronologischen Rezeption im Theater wird hier die Reinszenierung durch die Videobilder *simultan* erfahrbar. Auch wenn man die *reenactment videos* nicht im Modus der YouTube-Playlist aufruft, die ohnehin automatisch alle markierten Videos ohne Pause nacheinander abspielt, werden – wie auf YouTube üblich – die Mitschnitte weiterer Aufführungen als

⁹⁹⁹ Joan Kristin Bleicher: *Poetik des Internets. Geschichte, Angebote und Ästhetik*. Münster: Lit-Verlag 2009, S. 81.

Videovorschläge angezeigt und ergeben eine Komposition paralleler „Bildkacheln“⁹⁹⁹ (siehe Abbildung 15).



Abbildung 15: Screenshot der letzten Videosequenz eines der Western Society reenactments auf YouTube mit der Gesamtvorschau neuer, ähnlicher Videovorschläge

Diese Diskursebene der Videobilder ist im Akteursnetzwerk *Western Society* allein durch den visuellen Eindruck geprägt und tritt als non-verbalen Diskurs in der YouTube-Öffentlichkeit in Erscheinung, der aber gleichrangig zur Ebene von Kommentartexten aufgefasst wird. Der von Gob Squad initiierte Diskurs setzt sich aus (schau-)spielerischen Ausdrucksformen zusammen. Text und Sprache der Figuren fungieren in Gob Squads YouTube-Kanal genauso wenig als dominante Akteure, wie in ihren Inszenierungen auf der Theaterbühne. Der hier rein auf visueller statt auch auf auditiver Ebene verlaufende Bilderfluss auf YouTube wird von Gob Squad dadurch verstärkt, dass sie aus allen *reenactment videos* die Tonspur herausgeschnitten haben. Es sind nur die stummen Bilder der in der jeweiligen Aufführung mitgeschnittenen Szenen einsehbar, die die mitwirkenden Zuschauer/innen im fiktiven Wohnzimmer als Akteur/innen des Netzwerks *Western Society* auf der Bühne YouTube zeigen.

9.3 Zwischenfazit IV: (Re-)Inszenierungen von Kunst und Theater auf YouTube: Diskurse zwischen (Kommentar-)Text und Performance

Bei den künstlerischen Inszenierungen und Theaterperformances, die in den Kapiteln 7 bis 9 analysiert wurden, erscheint YouTube nicht in erster Linie als Archiv für textuelle Diskurse wie im Fall der Proteste, sondern als mediales Dispositiv, als Display und Medium, das Kunst- und Theateröffentlichkeiten erweitert, transformiert oder sogar ganz ins Internet verlagert. Audiovisuelle künstlerische Ausdrucksformen jenseits von textuellen und sprachlichen Komponenten prägen die hier entstehenden Akteursnetzwerke zwischen Kunst und Museum beziehungsweise Theater, zwischen den Museumsbesucher/innen beziehungsweise Theaterzuschauer/innen sowie YouTube und seinen Nutzer/innen.

Allerdings lassen sich Ausnahmen sowohl in der Kunst als auch in den Protesten beobachten: Greenpeace' Protestvideo mit seiner Produktionsstrategie der mimetischen Subversion in Kapitel 4 vermittelt das Narrativ, das sich gegen Nestlés Unternehmenspraktiken richtet, mit ausdrucksstarken Bildern nonverbal, während in Ai Weiweis Kunstprojekt *Sunflower Seeds* die textuelle Diskursebene eine bedeutende Rolle spielt, die parallel zur Installation in der Tate auf YouTube entsteht. Das mit Hilfe von YouTube als Akteur entstehende Netzwerk zu *Sunflower Seeds* bildet wie bereits erwähnt ein Scharnier zwischen Kunst und politischem Aktivismus, da es, obwohl es keinen expliziten Protest darstellt, in den Kommentaren einen kritischen gesellschaftlichen Diskurs zu den Arbeitsbedingungen in China, der chinesischen Regierung und Ai Weiweis Verhaftung initiiert. Bei *Sunflower Seeds* spielen Sprache und Text außerdem auch auf der Diskursebene des YouTube-Videos eine wichtige Rolle, das als sprachliche Diskursebene die nonverbale Installation in der Turbinenhalle der Tate rahmt. Ai Weiwei gewährt im Video Einblicke in den Produktionsprozess der Kerne in China.

Auf der Diskursebene von Baradarans vier YouTube-Videos, die Marina Abramovičs Performance *The Artist is Present* im MoMA reinszenieren, werden Diskurse weniger über sprachliche, sondern über audiovisuelle Ausdrucksmittel vermittelt, wobei Baradaran seine Videos durch die langen Einleitungstexte durchaus auch anhand textueller Diskursformen rahmt. YouTube tritt hier als ein mediales Display für die Reinszenierung von Kunstwerken auf, die sich durch spielerische Rekonfiguration und den Zusatz eigener Narrative zu Abramovičs Performance auszeichnet. Der Künstler Baradaran kommt Abramovičs Aufforderung nach, ihr am Tisch gegenüberstehend als Co-Akteur der Performance mitzuwirken, und schafft die Verknüpfung des musealen Raums der Kunstperformance, der nur bis zum Ende der Langzeitperformance erhalten bleibt, mit der permanent verfügbaren YouTube-Öffentlichkeit. Diese hat die Möglichkeit, seine Variante der Rezeption von *The Artist is Present* wiederum zu kommentieren und zu beurteilen. Die YouTube-Nutzer/innen treten hier als *Kunstrezipient/innen* auf, die Baradaran selbst kritisieren und häufig die Metapher des „Parasiten“ nutzen: Es ist zwar ein Teil seiner künstlerischen Strategie, innerhalb der YouTube-Öffentlichkeit als einem offenen Raum zu reflektieren, wer darüber bestimmt, wer Künstler/in und wer Publikum ist und wen das Museum als Institution und ‚Gatekeeper‘ wann in das Gebäude hineinlässt. Dies veranschaulicht er insbesondere mit seinem vierten YouTube-Video *Act IV: Reflections*, wo er nicht mehr vor Marina Abramovič sitzt, sondern an einer Außenwand des MoMA nahe dem Museumseingang. Dieses Motiv greifen die Nutzer/innen zwar in den Kommentaren auf, greifen aber das Museum als Institution nicht so häufig an wie Baradarans Selbstinszenierung.

Bei den *Tate Live Performances* hat die Diskursebene der Kommentare einen weitaus geringeren Einfluss auf die YouTube-Öffentlichkeit als die Ebene der Performances im Museum. Die Kommentare zu *Tate Live* sind flüchtig und nur für kurze Zeit auf YouTube einsehbar, im Gegensatz zu den archivierten textuellen Diskursen, die in den Videokomentaren im Rahmen von Protestinszenierungen oder auch von

Ai Weiweis *Sunflower Seeds* nachgezeichnet werden konnten. Auf der Ebene der Live-Kommentare konnten jedoch zum einen Tates kuratorische Strategien der Aufmerksamkeitserzeugung als präsentierendem Museum der Live-Performances im Display YouTube aufgezeigt werden. Zum anderen ist der Diskurs um genau diese Liveness – der Performances sowie der Kommentare auf und mit YouTube – unter den Nutzer/innen sehr rege. Entscheidend ist bei *Tate Live* aber jener künstlerische Diskurs, der über die Ebene der YouTube-Videos mit den Live-Übertragungen der Performances geführt wird, da diese Videobilder die Knotenpunkte zwischen dem Publikum des theatralen Erlebnisses auf YouTube und der Netzwerköffentlichkeit darstellen. Die Performances reflektieren die Wahrnehmungsbedingungen im medialen Dispositiv YouTube sowohl mit sprachlichen und textuellen als auch mit rein visuellen, nonverbalen Ausdrucksformen, die die besondere räumliche Verortung der Performances zwischen Museum und YouTube verhandeln.

Die Performances von Pablo Bronstein, Emily Roysdon, Joan Jonas und Ragnar Kjartansson nutzen YouTube als Bühne für rein visuelles Bildertheater. Pablo Bronsteins und Emily Roysdons Performances zeichnen sich zudem durch die illusorische beziehungsweise physische Erweiterung des Bühnenraums aus, während Harrell Fletcher den Raum der Tate für eine partizipative künstlerische Produktion nutzt und einen Straßenmusiker aus London spielen lässt. Das Motiv der Sprache ist hingegen in Meiro Koizumis Performance und Daniel Linehans Choreografie sehr präsent, während Liu Ding in seiner Performance sogar mit Schriftinserts den Schwerpunkt auf textuelle Narration in Englisch und Chinesisch legt, um in der YouTube-Öffentlichkeit einen Diskurs über den Kunstbetrieb als kuratierende Institution zu generieren, ähnlich wie es Amir Baradaran in seiner Performance *The Artist is Present* auf YouTube beabsichtigt. In Liu Dings Performance spielt für dieses Narrativ des Kunstbetriebes auch die Transparenz des eigenen Produktionsprozesses eine große Rolle. Dies wurde ebenso in Selmas & Sofianes Performance *Les Yeux d'Argos* auf

der Bühne thematisiert: Deren Tanzperformance reflektiert Liveness und die technische Störung des länderübergreifenden Kommunikationsmediums YouTube anhand rein virtueller Präsenz eines der Tänzer/innen. Diese medienspezifische globale Übertragung des theatralen Ereignisses über YouTube ist wiederum ein zentrales Thema in den Live-Kommentaren der Zuschauer/innen, da *Tate Live* eben nicht immer einwandfrei übertragen werden konnte.

Was bei einigen der *Tate Live Performances* bereits punktuell angedeutet wurde, kommt bei Gob Squads postdramatischem Theater mit der zirkulär angelegten Reinszenierung im Akteursnetzwerk *Western Society* noch stärker zur Geltung: Die YouTube-Öffentlichkeit tritt hier (bisher) überhaupt nicht als diskursive, von Kommentartexten geprägte Öffentlichkeit auf, sondern als rein visuelle Ergänzung des künstlerischen Raumes und der Theateröffentlichkeit. Bei *Western Society* dominiert zum einen die visuelle Adaption des Mediums YouTube ins Theater durch die Reinszenierung des Familienvideos als fluidem ‚Tableau vivant‘ mit Zuschauer/innen aus dem Publikum als Akteur/innen auf der Bühne. Zum anderen sind die auf YouTube geladenen Ausschnitte aus den Aufführungen ohne Tonspur von einem nonverbalen, spielerischen Moment des digitalen Bildarrangements gekennzeichnet, bei dem durch YouTubes Agency als Display und Archiv eine parallele Zusammenschau aus allen weltweit gespielten Aufführungen generiert wird.

10. Fazit und Ausblick: Open the *Black Boxes*!

Die getunnelten Dienste über VPN-Verbindungen, die es Aktivist/innen in China ermöglichen, an der globalen Öffentlichkeit im Internet teilzuhaben, werden von der chinesischen Regierung nach und nach gesperrt. In der Türkei nimmt diese Tendenz in den letzten Jahren ebenfalls immer mehr zu. In Ungarn wird zwar das Internet noch nicht zensiert und die von der Regierung angedachte Internetsteuer ist durch Proteste – zumindest bisher – erfolgreich abgewendet worden. Der ungarische Staat reguliert jedoch die öffentlich-rechtlichen Medien immer stärker und sogar in der Theaterszene ist eine zunehmende „Selbstzensur“ zu beobachten, wie der ehemalige Intendant des Budapester Nationaltheaters Robert Alföldi Ende 2016 feststellt: Es sei ruhig geworden, die Spielregeln seien bekannt.¹⁰⁰⁰

Diese immer rigider werdenden Zensurpraktiken in autoritären Staaten, aber auch das 2017 in Deutschland in Kraft getretene Netzwerkdurchsetzungsgesetz inklusive Facebooks Plänen für ein neues „Löschungszentrum“¹⁰⁰¹ in Essen und das für 2019 angekündigte gemeinsame „Zentrum für Telekommunikationsüberwachung“¹⁰⁰² der fünf ostdeutschen Bundesländer zeigen, dass das Internet ein sehr

¹⁰⁰⁰ Vgl. Stephan Oszváth: „Theatermacher zwischen Selbstzensur und Trotz“. In: *Deutschlandfunk*. de (10.09.2016), online unter: http://www.deutschlandfunkkultur.de/ungarn-theatermacher-zwischen-selbstzensur-und-trotz.2159.de.html?dram:article_id=365525.

¹⁰⁰¹ Beckedahl; Heinlein: „Facebook als Richter unserer Meinungsfreiheit“ (online).

¹⁰⁰² Anna Biselli: „Gemeinsames Überwachungszentrum von fünf deutschen Bundesländern soll 2019 starten“. In: *netzpolitik.org* (20.07.2017), online unter: <https://netzpolitik.org/2017/gemeinsames-ueberwachungszentrum-von-fuenf-bundeslaendern-soll-2019-starten/>.

heterogenes und sich permanent wandelndes Medium ist, in dem sich die Machtverhältnisse zwischen den Akteur/innen immer wieder ändern. Die Spielräume für politischen Protest, aber auch für künstlerische Ausdrucksformen müssen nicht nur, aber insbesondere in autoritären Regimen und in Ländern, in denen die Demokratie gefährdet ist, immer wieder kritisch geprüft und neu ausgehandelt werden. Jedes der Netzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit, das im Laufe der Studie gezeichnet wurde, befindet sich somit stets im Wandel und kann – vielmehr muss! – jederzeit aufgebrochen und neu zusammengesetzt werden: Die erarbeiteten Analysen der Netzwerke aus Protest, Kunst und Theater können im Einklang mit der Methode der ANT nur als *vorläufige black boxes* gelten, wie Callon die Akteursnetzwerke nennt. Die vorliegende Studie zeigt demnach einen Zwischenstand dieses ‚Netzwerks‘ auf und keine ‚festbetonierten‘ Beziehungen zwischen den Akteur/innen. Jeder der untersuchten Prozesse in Protest, Kunst und Theater läuft stetig weiter.

Aber zunächst einen Schritt zurück. Wie sind diese flüchtigen Momentaufnahmen der Akteursnetzwerke überhaupt zustande gekommen? Um ein Resümee aus den vorangegangenen Ausführungen ziehen und die Ergebnisse diskutieren zu können, müssen die in Kapitel 1 formulierte These und die Forschungsfragen erneut aufgegriffen werden: Den Kapiteln 2 bis 9 lag die These zugrunde, dass sich in Protest, Kunst und Theater auf YouTube neue Beziehungen und Wechselwirkungen zwischen Inszenierung und Öffentlichkeit ergeben, da YouTube jeweils unterschiedliche Rollen einnimmt, die über das reine Versammeln und Ausstellen von Videos hinausgehen. Mit YouTube als Akteur von Inszenierungen können diese nur als distribuierte Ästhetik analysiert werden, als Akteursnetzwerke, an denen zerstreute Akteur/innen auf unterschiedlichen Diskursebenen der entstehenden Netzwerköffentlichkeit mitwirken. Aus dieser These resultierten die folgenden Forschungsfragen: Welche *Rollen* übernimmt YouTube als *Akteur* in Protestinszenierungen und künstlerischen Inszenierungen und im jeweils entstehenden Netzwerk aus Öffentlichkeiten? Wie macht sich

die *zerstreute Rezeption* von YouTube-Videos als Teil der Inszenierungen in ihrem jeweiligen *Produktionsprozess* bemerkbar? Wie treten die *YouTube-Nutzer/innen* als Akteur/innen mit ihren Videos, Interaktionen und Kommentaren in der Öffentlichkeit auf und was zeichnet die *YouTube-Öffentlichkeit* aus? Und welche *Wechselwirkungen* lassen sich zwischen YouTubes Handlungsinitiative und der Inszenierung und Öffentlichkeit von Protest-, Kunst- und Theaterpraktiken inner- und außerhalb des Internets aufzeigen?

Um die Forschungsfragen beantworten zu können, wurde den detaillierten Beispielen in den Kapiteln 4 bis 9 ein Theorierahmen in den Kapiteln 2 und 3 vorangestellt. Der Begriff der Inszenierung zielt zum einen auf die Bedeutung der Theaterinszenierung ab, die auch intermediale Performances miteinbezieht. Er vereint zum anderen verschiedene Formen von intendiertem, auf Öffentlichkeit gerichtetem Handeln als kulturellem Akt. Somit dient er als Dachbegriff, ähnlich dem englischen Begriff der *performance*, unter dem auch künstlerische Inszenierungen im Museum sowie Protestinszenierungen subsumiert werden, in denen die Selbstinszenierung als Performanz des Individuums in der Gesellschaft beobachtet werden kann. Wenn YouTube bei diesen Inszenierungen von Protest, Kunst und Theater als Akteur mitwirkt, kommen die Inszenierungsebenen der medialen, filmischen (Re-)Inszenierung hinzu sowie die theatrale Performanz der Nutzerinteraktionen, also zum Beispiel die Videouploads, -kopien oder Kommentare im Netzwerk YouTube: Durch die Produktions- und Rezeptionsbedingungen auf YouTube findet ein permanenter Rollenwechsel der Akteur/innen statt, sodass die Grenzen zwischen Produzent/innen künstlerischer Inhalte und Zuschauer/innen beziehungsweise zwischen Autor/innen und Leser/innen von Videokomentaren nicht trennscharf gezogen werden können. Diese verteilte Autorschaft lässt die Inszenierungen zu partizipativen künstlerischen Prozessen werden, an denen die YouTube-Nutzer/innen als Akteur/innen mitwirken. Zwar lassen sich seit Jahrzehnten auch in Literatur, Kunst und Theater keine starren Kategorien mehr markieren wie

„aktive“ Autor/innen beziehungsweise Künstler/innen versus „passive“ Leser/innen beziehungsweise Zuschauer/innen. Allerdings lassen sich diejenigen Inszenierungen, bei denen die YouTube-Nutzer/innen als Akteur/innen mitwirken, nicht mehr als zeitlich begrenzte Aufführungen verstehen, sondern sie wandeln sich zu offenen Netzwerken distribuiert Ästhetik, die inner- und außerhalb des Internets verlaufen.

Um YouTube als Co-Akteur dieser Inszenierungen betrachten zu können und nicht nur als virtuellen Bühnenraum, in welchem die Inszenierungen bloß „stattfinden“, wurde Latours Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT) als theoretischer Rahmen und Analyseperspektive gewählt. Die ANT erteilt der Subjekt-Objekt-Dichotomie eine Absage und nimmt die Verflechtungen zwischen menschlichen und technologischen Akteur/innen in den Blick. Das Videonetzwerk YouTube wird also nicht analysiert, sondern es entstehen erst dadurch Netzwerke, dass Verbindungen zwischen Akteur/innen herausgearbeitet und so Beziehungen zwischen ihnen visualisiert werden. Latour unterscheidet nicht zwischen Technik und Gesellschaft, daher können sowohl die Künstler/innen beziehungsweise Protestakteur/innen und YouTube-Nutzer/innen als auch Videos, Kommentare und YouTube selbst als Akteur/innen des Netzwerks verfolgt werden, wie Latour die Aufgabe von Forscher/innen nennt.

Mit diesem Ansatz der Inszenierungsanalyse lassen sich zudem die Rollen von YouTube in den Inszenierungen herausarbeiten: Es sind die eines Mediums, eines Displays und Dispositivs sowie eines digitalen Archivs. Mit einem Medienbegriff, der den Einfluss der Medien auf die Wahrnehmung der Rezipient/innen in den Blick nimmt, kann YouTube als ein remediatisierendes Hybridmedium definiert werden, das andere Medien in sich aufnehmen, sie ausstellen und reflektieren kann. Die YouTube-Website rahmt als Display mit einer spezifischen Benutzeroberfläche die YouTube-Videos und Kommentare und verknüpft diese mit dem Medium YouTube. Das Display fungiert hierbei auch als ein Dispositiv, da die Institution YouTube als Teil des Unternehmens Google anhand bestimmter Diskursordnungen die

Steuerung der Wahrnehmung der Rezipient/innen übernimmt, wie in den einzelnen Beispielen deutlich wurde. Als ein Mediendispositiv tritt YouTube als Bühne der *Tate Live Performances* auf (Kapitel 8). Als machtausübendes Dispositiv, das zudem die Kommentare selektiert, macht sich YouTube zusammen mit dem Kanaleigentümer im Kommentarbereich des regierungskritischen Protestvideos *NTR* bemerkbar (Kapitel 5). Hier mussten diese beiden Akteure häufig in den Diskurs der Kommentator/innen eingreifen und Beiträge löschen. Da die Methode der ANT die Dimension von Zeit nicht ausreichend erfasst, wurde die Rolle YouTubes als Dispositiv ergänzend zu diesem Analyse-Tool mit Hilfe der empirischen Inhaltsanalyse der datierten Videokommentare herausgearbeitet und in den Kontext der jeweiligen Ereignisse gestellt.

Mit der Methode der Inhaltsanalyse konnte zudem YouTubes Rolle als Archiv in den einzelnen Inszenierungen skizziert werden. YouTubes Eigenschaft als interaktives, offenes Archiv macht den Fluss der Videobilder möglich, der als übergreifender Inszenierungsmodus des Videonetzwerks bezeichnet wird. Durch diesen Bilderfluss können Original und Kopie auf YouTube nicht mehr voneinander unterschieden werden, und jedes (Bewegt-)Bild kann selbst wiederum Vorlage für Mashups und Remixes sein, wie beispielsweise das Protestvideo *Have a Break?* von Greenpeace (Kapitel 4), das sich nicht nur das bekannte KitKat-Logo aneignet, sondern auch Narrative aus verschiedenen Werbeclips von Nestlé. Diese Verknüpfungen können nur herausgearbeitet werden, weil Greenpeace sein Protestvideo über YouTube verbreitet, welches den Fluss der Videobilder archiviert und protokolliert.

Dieser digitale Bilderfluss, den die YouTube-Nutzer/innen generieren, führt dazu, dass sich die Öffentlichkeiten der Inszenierungen über die virale Verbreitung der Videobilder erweitern. Der Begriff der Öffentlichkeit wurde sowohl als theoretisches Konzept als auch als Analysekategorie eingesetzt. Zu Grunde lag allen Inszenierungen, dass die Öffentlichkeiten, die über den Co-Akteur YouTube generiert werden, Kommunikationsräume mit einem Geflecht aus Diskursen

darstellen und als Netzwerköffentlichkeiten bezeichnet werden, die auf unterschiedlichen Diskursebenen innerhalb und außerhalb des Internets verlaufen. Diese Ebenen müssen empirisch und hermeneutisch in den Blick genommen werden, um ein umfassendes Bild der YouTube-Öffentlichkeit als Teilöffentlichkeit der Netzwerköffentlichkeit zu generieren. Die YouTube-Öffentlichkeit unterscheidet sich von der Öffentlichkeit im Internet der 1990er Jahre zum einen dadurch, dass das Social Web mittlerweile einen permanenten Wechsel der Öffentlichkeitsakteur/innen mit sich bringt, und zum anderen dadurch, dass die in der Öffentlichkeit verhandelten Diskurse sich nicht mehr nur als Text- oder Bilddiskurse – zum Beispiel in Form von Fotografien – charakterisieren lassen, sondern durch die Agency YouTubes neben den Kommentartexten der audiovisuelle Diskurs über zirkulierende Bewegtbilder einen zentralen Stellenwert als neuer Akteur der Netzwerköffentlichkeit einnimmt.

Wie die herausgearbeiteten Netzwerke zwischen den Öffentlichkeitsakteur/innen zeigen, kann YouTube sowohl in Protestinszenierungen als auch in Kunst und Theaterperformances nicht nur ein künstlerischer Akteur auf der Ebene der ästhetischen Wahrnehmung sein, sondern auch als ein politischer Akteur und ein gesellschaftlich integratives Diskursforum fungieren. Bei dieser Verschränkung von Theater beziehungsweise Kunst, politischem Aktivismus und Internet wird der digitale Raum als künstlerisch-politisches Aktionsfeld bewusst mit inszeniert.

Die folgenden einzelnen Forschungsergebnisse können zu Protest, Kunst und Theater auf und mit YouTube festgehalten werden: Die Diskursebene der YouTube-Videos als Knotenpunkte der Akteursnetzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit zeichnet sich in allen drei Bereichen sowohl durch rationale, sprachliche Diskurse aus – wie zum Beispiel die Protestvideos der freien Theaterszene in Ungarn (Kapitel 6) oder Ai Weiweis YouTube-Video zu *Sunflower Seeds* (Kapitel 7.1), das die Installation im Museum durch einen textuellen, gesellschaftlichen Diskurs zum Produktionsprozess der Porzellankerne rahmt – als

auch durch nonverbale, rein visuelle, künstlerische oder musikalische Diskursformen. Amir Baradarans vier Reinszenierungen von Marina Abramovičs *The Artist Is Present* (Kapitel 7.2) sind durch Affekt und Emotionen gekennzeichnet und auch das mimetisch-subversive Protestvideo von Greenpeace gegen Nestlé spricht die YouTube-Öffentlichkeit mit emotionalen Bildern und einem überraschenden visuellen Schockmoment an. Die Protestbewegung in Ungarn jongliert hingegen in ihrem partizipativ produzierten Musikvideo *NTR* gezielt sowohl mit spielerischen Elementen als auch mit rationalen Argumenten, um ganz unterschiedliche Zielgruppen auf YouTube zu Protesten gegen die Regierung Orbáns zu mobilisieren.

Mit Blick auf die Diskurse, die solch heterogene Videoformen in der Öffentlichkeit entfachen, lassen sich die folgenden grundsätzlichen Tendenzen zum Verhältnis von Inszenierung und Öffentlichkeit auf und mit YouTube festhalten: Protestvideos zielen vorrangig darauf ab, eine sprachlich-textuelle Gegenöffentlichkeit unter den angesprochenen Nutzer/innen zu erzeugen, da die Protestakteur/innen Unterstützer/innen mobilisieren und eine gesellschaftliche Diskussion um die angeprangerten Missstände im Kommentarbereich ihrer Videos – und darüber hinaus – initiieren wollen. Bei den Protestinszenierungen wurde die Diskursebene der Videos und die der Kommentare durch die Ebenen der themenbezogenen Medienberichterstattung außerhalb der YouTube-Öffentlichkeit zur Kontextualisierung miteinbezogen, um ein umfassenderes Bild der Akteursnetzwerke zu generieren: Es wurde deutlich, dass YouTube eine jederzeit aktualisierbare Selbstwahrnehmung der Gesellschaft widerspiegelt. Mit Hilfe der Kommentare können rückwirkend Ereignisprotokolle des Protestes generiert und Geschehnisse kontextualisiert und interpretiert werden. Dabei wird deutlich, dass lokale Protestereignisse durch die Rolle YouTube als Display und Archiv vereint und in ein transnationales intermediales Protestnetzwerk integriert werden, wie es im Fall von Greenpeace' Protestvideos der Fall ist, die eine Gegenöffentlichkeit zu Nestlé schaffen. Das YouTube-Video, das Nestlés Werbestrategien subversiv umdeutet,

fungiert dabei lediglich als ein Knotenpunkt eines online und offline verlaufenden, bin ins Detail inszenierten Protestarrangements.

Als Ergänzung zu lokalen Demonstrationen der Bevölkerung in Budapest 2011 und 2012 machte auch das Musikvideo *NTR* über die Landesgrenzen hinweg auf die politische und gesellschaftliche Situation in Ungarn aufmerksam. Dieser Protest ist zudem durch die Entgrenzung von öffentlicher Sphäre und Privatsphäre auf YouTube gekennzeichnet: Im Video positionieren sich die Bürger/innen als Protestakteur/innen bewusst in ihrem privaten Umfeld vor der heimischen Webcam für die YouTube-Öffentlichkeit, um die Rückkopplungen zwischen Politik und der persönlichen Lebenssituation aufzuzeigen, die durch immer größere finanzielle Sorgen geprägt ist. Ebenso wendet sich der Verband der Freien Theater in Ungarn (FESZ) mit seinen Videobotschaften gezielt an die YouTube-Öffentlichkeit, um auf die massiven, existenzbedrohenden Kürzungen und die deutlich verzögerte Auszahlung von bereits zugesagten Projektzuschüssen aufmerksam zu machen und unter den YouTube-Nutzer/innen einen regierungskritischen Diskurs zu erzeugen. Die Protestvideos des FESZ zeigen zudem, dass die Diskurse in den Videokomentaren als Performanz im Videonetzwerk nicht nur zum Rezeptions-, sondern auch zum Produktionsprozess der Inszenierungen gehören. Die Kommentare der Internet-Öffentlichkeit als Reaktionen auf den kulturpolitischen Protest des FESZ beeinflussen nicht nur die Wahrnehmung der Videos, sondern sie sind als Metaebene eingearbeitet worden in die Dramaturgie des zweiten Protestvideos, das die Rechtfertigungsversuche der Kulturpolitik subversiv ausstellt. So konnte der FESZ selbst Stellung zur Kritik an seiner Protestaktion beziehen.

Wie das Beispiel des FESZ zeigt, *kann* YouTube als Akteur der Theateröffentlichkeit zwar eine politische Gegenöffentlichkeit generieren, und neue Bühnen für vernetzten Protest bieten, muss dies aber nicht. Im Fall der Beispiele aus den Kapiteln 7 bis 9, die Kunst und Theater auf YouTube thematisierten, lässt sich die YouTube-Öffentlichkeit nicht als Gegenöffentlichkeit beschreiben, sondern *zunächst*

als erweiternder intermediärer Handlungs- und Erfahrungsraum der Künste, der bei Ai Weiweis *Sunflower Seeds*, Marina Abramovičs *The Artist is Present* und Gob Squads *Western Society* eine Ergänzung des analogen musealen oder theatralen Raums bildet. Alle drei Inszenierungen sind von Anfang an auf eine zerstreute Rezeption im Internet angelegt und können ohne diese digitale Diskursebene der (Re-)Inszenierung auf YouTube nicht umfassend analysiert werden; sie gehört bei allen unverzichtbar zur Inszenierung als Netzwerk zwischen den situativen Kunst- beziehungsweise Theaterereignissen und dem Display YouTube dazu. Die Wechselwirkungen zwischen diesen Ebenen im Museum beziehungsweise im Theater und jenen in den YouTube-Videos sowie in den Kommentaren konnten mit Hilfe der ANT als ein Spannungsfeld mit einer verteilten Autorschaft aufgezeigt werden.

Wie sehr der Bühnenraum innerhalb des Theaters und YouTube als zusätzlicher Handlungsraum der Theaterakteur/innen miteinander verwoben sind, konnte Gob Squads *Western Society* (Kapitel 9) zeigen: Die Inszenierung bildet ein intermediales Netzwerk zwischen Theater und YouTube, bei dem die beiden Diskursebenen – lokale Theateraufführungen einerseits und die Ebene der medialen Reinszenierungen der Aufführungen andererseits – eine untrennbare Einheit bilden: Gob Squad legen mit ihrer mimetisch-subversiven Reinszenierung eines YouTube-Videos im Theaterraum die Mechanismen der Medienkultur und die kommunikativen Praktiken in der Gesellschaft offen und verschalten diese Ebene der partizipativ mit Zuschauer/innen aus dem Publikum produzierten Theaterinszenierung anschließend durch den Upload der im Theaterraum gefilmten Videos mit der Diskursebene auf YouTube. Theater und YouTube beziehen sich wechselseitig aufeinander und stellen die Wahrnehmungskonditionen des jeweils anderen Mediums so aus, dass der/die Zuschauer/in im Theater zusätzlich die dazugehörige Reinszenierung auf YouTube sehen möchte und genauso die YouTube-Nutzer/innen als Zuschauer/innen der stummen *reenactment videos* auf YouTube neugierig auf die gesamte Inszenierung im Theaterraum gemacht werden.

Die *Tate Live Performances* zeigen hingegen, wie die YouTube-Öffentlichkeit das lokale Theater- und Kunstpublikum sogar ganz ersetzen kann. Die Performances in der Tate, die nur über die Live-Schaltung auf YouTube zu einem theatralen Ereignis werden, stellen die Produktions- und Rezeptionsbedingungen von YouTube als medialem Dispositiv aus: In einigen Performances werden die Wände des klar abgegrenzten *Performance Rooms* in der Tate in einem Akt der Ausweitung des künstlerischen Handlungsraums ‚gesprengt‘. Einerseits durch die physische Erweiterung hin zur Turbine Hall, andererseits durch die Integration der YouTube-Öffentlichkeit in den künstlerischen Prozess: Nicoline van Harskamp lädt die Zuschauer/innen während ihrer Performance auf YouTube dazu ein, im Sinne des Crowdsourcing selbst aufgenommenes Tonmaterial einzusenden. Die Tanzperformance *Les Yeux d'Argos* von Selma & Sofiane Ouissi stellt das Spannungsfeld zwischen virtueller Präsenz und physischer Abwesenheit auf der Bühne aus, sodass sich die Zuschauer/innen ihrer geografisch von der Performance isolierten Position nochmals bewusst werden, gerade weil eine der beiden Künstler/innen live per Skype von Paris nach London zugeschaltet wird und die Performance dann, ergänzt durch die Choreografie des zweiten Künstlers in der Tate, wieder zurück in den Diskursraum im Internet gespielt wird.

Jedes der Beispiele zeigt auf sehr unterschiedliche Weise, dass die YouTube-Öffentlichkeit kein isolierbarer virtueller Raum ist, kein geschlossenes System, das von anderen Teilöffentlichkeiten abgeschottet werden kann. Durch YouTubes Agency werden unterschiedliche Teilöffentlichkeiten, in diesem Fall Theater- oder Kunstöffentlichkeiten sowie städtische oder politische Öffentlichkeiten inner- und außerhalb des Internets, aufgebrochen und miteinander verschmolzen. Das Entscheidende bei den (Re-)Inszenierungen von transitorischen Theateraufführungen oder von zeitlich begrenzten Kunstaussstellungen auf YouTube ist demnach, dass aus der YouTube-Öffentlichkeit als intermedialem Handlungsraum der Künstler/innen über die Eigenschaft YouTubes als konservierendem Display und interaktivem Archiv

jederzeit – auch lange nach Upload der Videos – eine gesellschaftliche Debatte in den Kommentaren oder durch Antwortvideos oder auch in ganz anderen Online-Foren jenseits von YouTube entstehen kann, in die die Videos gegebenenfalls eingebettet werden. Das heißt, Kunst und Theater *als* Diskurse auf YouTube, die in den Kommentartexten zu den Videos zunächst eventuell nur Diskurse *über* Kunst und Theater oder auch über das künstlerische Dispositiv YouTube evozieren, können als offene Netzwerke jederzeit zu einem Diskurs über Gesellschaft, Politik oder gar zu Protest selbst werden, wie es die empirische Inhaltsanalyse der Kommentare zu Ai Weiweis *Sunflower Seeds* herausarbeiten konnte. Während die Kommentare zu Amir Baradarans Reinszenierung von Marina Abramovićs *The Artist is Present* und auch die nur für kurze Zeit abrufbaren Live-Kommentare zu den *Tate Live Performances* zeigen, dass die Nutzer/innen vorrangig YouTube und die Institution des Museums als künstlerische Dispositive diskutierten, ist der Kommentarbereich zu Ai Weiweis YouTube-Video *Sunflower Seeds* zu einem Schmelztiegel für Kunst und politische Debatten geworden: Er ist nicht nur gekennzeichnet von einem kunstkritischen, ästhetischen Diskurs, sondern stets präsent ist auch die Kritik an der Regierung in China, die von den Nutzer/innen laufend erweitert wird. Bei Reinszenierungen von Kunst und Theater auf YouTube kann somit jederzeit ein Wandel von rein künstlerischer Praxis hin zu politischem Anliegen oder Protest in der Öffentlichkeit stattfinden. Die Online-Archivierung von Kunst und Theater macht zeitlich beschränkte Ereignisse damit online permanent verhandelbar.

Die Inhaltsanalyse der Kommentare zeigt aber auch, dass weder Protestakteur/innen noch Künstler/innen die textuellen Diskurse bewusst steuern können, die auf der Ebene der Videokommentare initiiert werden. Amir Baradaran initiiert zum Beispiel neue Diskurse zur Frage nach Autorschaft und der Macht von Künstler/innen und insbesondere der Macht des Dispositivs Kunstmuseum als Rahmung und kontrollierende Institution, er ist aber seinerseits der Kritik der YouTube-Öffentlichkeit ausgesetzt und ist nur einer von vielen Akteur/

innen des selbst erschaffenen Netzwerks zwischen Museum und YouTube. Bei den Protestnetzwerken spiegelt der auf YouTube archivierte Kommentarbereich insbesondere die zeitbezogene individuelle Dynamik der Akteursnetzwerke. Bei den Kommentaren zu Greenpeace' Protestvideos wird deutlich, wie sich themenbezogene Debatten innerhalb von ein paar Jahren verändern können. Es entfaltet sich hier nicht nur eine Kritik an dem von Greenpeace' kritisierten Unternehmen Nestlé, sondern auch die Umweltschutzorganisation selbst ist einem kritischen Diskurs über ihre Inszenierungspraktiken der mimetischen Subversion ausgesetzt. Die Diskursebene der Kommentare ergänzt damit die Ereignisse um zusätzliche Perspektiven und kann insbesondere bei diesem Beispiel als Korrektiv der medialen Berichterstattung zum Protest betrachtet werden. Diese Kritik an der Glaubwürdigkeit der Protestakteur/innen lässt sich auch beim Protestvideo *NTR* beobachten. Das Archiv YouTube beherbergt hier ein sehr heterogenes Stimmungsbild zur Lage der ungarischen Gesellschaft seit den Protesten 2011. Die Protestakteur/innen beabsichtigen mit ihrem Video, die Meinung der Bevölkerung zu repräsentieren, treffen dabei aber nicht nur auf Unterstützer/innen, sondern auch auf heftige Kritik vieler Kommentator/innen, die an der Glaubwürdigkeit der Protestakteur/innen als ‚Stellvertreter/innen‘ der ungarischen Gesellschaft zweifeln. Diese würden nur ein bestimmtes, städtisches und studentisches Milieu in Budapest verkörpern und hätten von der Lebenswelt und Arbeitslosigkeit abseits der Hauptstadt keine Vorstellung. Dadurch seien sie nicht in der Lage, so der Vorwurf, den regierungskritischen Diskurs in Ungarn zu repräsentieren.

Wie die Beispiele verdeutlichen, führt die Archivfunktion YouTube zu einer gewissen Institutionalisierung des Protestes, sodass Diskurse als Gegenöffentlichkeiten – sowohl gegen Protestgegner/innen als auch gegen -unterstützer/innen – über Jahre hinweg in der Netzwerköffentlichkeit präsent bleiben. Auch bei Protesten vor dem Internetzeitalter gab es immer schon Kritiker/innen, die nicht hinter den jeweiligen Protestbewegungen standen. Bei Protesten auf YouTube

sind solche Kritiken aber als Korrektiv der hochgeladenen Protestvideos sowie der Medienberichterstattung im Kommentarbereich der jeweiligen Videos in einem mehr oder weniger überschaubaren Kommunikationsforum vereint und jederzeit einsehbar und aktualisierbar. Der Kommentar ist hier demnach stets aktueller Gradmesser der Glaubwürdigkeit von Protesten. Diese zu erhalten wird auf YouTube schwieriger, ist jedoch das höchste Gut für die Protestwahrnehmung und Akzeptanz.

Trotz dieses detaillierten Einblicks, den die empirische Inhaltsanalyse in die Diskursebene der Kommentare als unverzichtbarem Teil der Protestdiskurse in der Netzwerköffentlichkeit gewährt, muss ihre tatsächliche Sichtbarkeit im Verhältnis zur gesamten Öffentlichkeit im Internet und insbesondere derjenigen, die über das Internet hinausgeht, relativiert werden. Unter den unzähligen Videos auf YouTube nimmt der Stellenwert jedes einzelnen Kommentars desto mehr ab, je mehr Nutzer/innen kommentieren. Während nach einzelnen Videos gesucht werden kann, bietet YouTube – zumindest noch – keine themenbezogene Suchfunktion für einzelne Kommentare an. Dieser Aufwand wäre kaum leistbar, weil jede/r Videoeigentümer/in die Kommentare unter seinen/ihrer Videos selbst mit Schlagworten versehen müsste, was sich bei einer großen Menge schwierig gestalten würde. Bei diesem Problem ist auch die Methode der Inhaltsanalyse an ihre Grenzen gestoßen, da sich manche Kommentare auf den ersten Blick nicht eindeutig einer bestimmten Themenkategorie zuordnen ließen. Und welche/r Nutzer/in, der/die zufällig auf ein interessantes Video stößt, liest tatsächlich alle 6902 Kommentare, wie sie zum Beispiel zum ungarischen Protestvideo *NTR* ausgewertet wurden – wenn er/sie es nicht zu Forschungszwecken tut? Diese Anzahl an Kommentaren ist zudem noch niedrig im Gegensatz zu manch anderen, millionenfach kommentierten Videos. Auch die Wirkung des Videos selbst als eines von Millionen anderer im Archiv YouTube kann sich schnell abnutzen und Mobilisierung in Resignation umschlagen, worauf der bereits in Kapitel 3.3.4 erwähnte Begriff des *slacktivism* abzielt, der das Phäno-

men beschreibt, dass Kommentieren und Liken im Internet tatsächliches Handeln verhindern.

Das schnelle Bekanntwerden der Bürgerinitiative, die das Protestvideo *NTR* hochgeladen hat, und ihre Auflösung wenige Jahre später sind symptomatisch für die Dynamiken vieler ‚Protestwellen‘ im Internet. Mittlerweile sind immer wieder neue ungarische Initiativen entstanden, die sich „Momentum“ oder „MostMi!“ nennen, was übersetzt „JetztWir!“ heißt, und regelmäßig zu Regierungsprotesten aufrufen. Der Name „JetztWir!“ bietet einen guten Ausgangspunkt, um im Folgenden noch einmal zu vergegenwärtigen, was ein Protestereignis eigentlich bedeutet, nämlich eine zeitbezogene öffentliche Aktion, die rasant Aufmerksamkeit erzeugt. Diejenigen Proteste, die sich auch auf die Öffentlichkeit jenseits der Kommunikationssphäre YouTube ausweiten, zeichnen sich durch ihre Verknüpfung mit einem zeitlich begrenzten Protestereignis vor oder nach Veröffentlichung der YouTube-Videos aus, zum Beispiel einer Demonstration oder künstlerisch subversivem Aktivismus im öffentlichen Raum. Der Begriff des Protestereignisses impliziert somit genau wie der des Theaterereignisses eine temporäre Dauer, in der Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit beziehungsweise zumindest beim Publikum situativ erregt wird. Damit steht er streng genommen einem offenen Netzwerkmedium und Archiv entgegen, wie YouTube eines ist, auf das jede/r unabhängig von Ort und Zeit zugreift und es gegebenenfalls um unzählige Videos erweitert. Insbesondere in Bezug auf die Nachhaltigkeit von Online-Protestnetzwerken und organisierten (Offline-)Ereignissen schlägt Lovink als Verknüpfung beider Phänomene den Begriff des „organisierten Netzwerks“ vor:

*Während das Ereignis selbst kurz und ekstatisch und von Natur aus lokal ist, kann das organisierte Netzwerk zwar auch lokal sein, aber zugleich Wissen und Erfahrung von anderswo einbeziehen, um sich auf die Verwirklichung von Ideen, Projekten und Kollaborationen über die Ermöglichung des Ereignisses hinaus auszurichten.*¹⁰⁰³

¹⁰⁰³ Lovink: *Im Bann der Plattformen*, S. 244. Den Ansatz dieser „Orgnets“ (Abkürzung für Organized Networks) entwickelte Lovink zusammen mit Ned Rossiter.

Das Protestvideo und die Kommentare stehen damit in einem Spannungsfeld zwischen überregionaler Sicht- und Wahrnehmbarkeit des Protestes und seiner lokalen Verortung mit den gesellschaftlichen Diskursen, die unter den Kommentator/innen geführt werden.

Eine Menge an Clips, die auf YouTube schlummern, sind bisher kaum angeklickt worden. In diesem Sinn können auch nicht alle zum Zweck des Protestes hochgeladenen Online-Videos als Protestereignisse bezeichnet werden, da sie bisher womöglich kaum eine Öffentlichkeit erreicht haben. Man stellt etwas „in die Welt, aber wer hört wirklich hin? Wer schaut letztlich zu?“¹⁰⁰⁴, wie ein Mitglied von Gob Squad in einem Interview zu *Western Society* rhetorisch fragt. So war es auch beim Familienvideo aus Kalifornien, das laut Gob Squad kaum beachtet worden war, bevor die Theatergruppe auf YouTube darauf stieß. Durch die Aufführungen von *Western Society* gelangt es zur Sichtbarkeit in der Theateröffentlichkeit, indem es seit 2013 auf Bühnen weltweit Abend für Abend als Ereignis reinszeniert wird. Diese distribuierte Präsenz hat das kaum geklickte YouTube-Video zu einem Ereignis werden lassen und auf dem Radar der Theateröffentlichkeit positioniert, danach aber zurück in den digitalen Raum gespielt.

Um den Stellenwert von YouTube-Videos und Kommentaren als Bestandteilen von Theater-, Kunst- und Protestereignissen zu untersuchen, musste ein bestimmter Ausschnitt aus der Netzwerköffentlichkeit ausgewählt werden, zugleich auch um einen für die Empirie abgrenzbaren, themenbezogenen Forschungsgegenstand abstecken zu können. Die in den Netzwerken aus Protest, Kunst und Theater getroffene Auswahl wird jedoch bei Weitem nicht allen Akteur/innen und Diskursebenen der Netzwerköffentlichkeit gerecht, die um die gewählten Beispiele herum entstanden ist und weiter entsteht. Wie bereits deutlich wurde, sind alle untersuchten Protestinszenierungen, künstlerischen Inszenierungen und Theaterperformances auf die Öffentlichkeit im Internet ausgelegt, die weit über YouTube hinausgeht und nicht Halt macht vor Blogs und anderen Plattformen wie Twitter, Facebook oder Instagram. Diese wurden zwar ansatzweise an einigen Stellen erwähnt,

¹⁰⁰⁴ Aenne Quiñones; Gob Squad: „The spaces in between“. Gob Squad über Leerräume, Scheitern, Mikrokosmen und kollektives Arbeiten im Gespräch mit Aenne Quiñones“. Aus dem Englischen von Lilian-Astrid Geese. In: Spielmotor München e.V.: *Das Spielart-Festival in München 2013*. Konzeption von Sophie Becker. Berlin: *Theater der Zeit* 2013, S. 110-116, hier S. 116.

konnten aber nicht in die empirische Inhaltsanalyse einbezogen werden, denn das hätte den Rahmen der Studie gesprengt. Ebenso musste bei der Analyse von Diskursen in der themenbezogenen Medienberichterstattung eine Auswahl getroffen werden, die nur Einblicke geben konnte. Eine Analyse von Pressematerial jenseits der deutschen, englischen und ungarischen Sprache und die Einbindung von Diskursen auf anderen Plattformen als YouTube würden die Forschungsergebnisse um neue Perspektiven bereichern und ‚Themenöffentlichkeiten‘ über Kommunikationskanäle hinweg analysieren.

Die rein quantitative Datenanalyse der zahlreichen geposteten Kommentare gibt dabei kein ganzheitliches Bild zur YouTube-Öffentlichkeit und ihren Verflechtungen mit anderen Öffentlichkeiten ab und muss durch qualitative Kommentar- und Presseanalysen sowie durch hermeneutische Inszenierungs- und Videoanalysen ergänzt und kontextualisiert werden. Zielführend ist es hier, nach ‚Themenbündeln‘ aus Text, Bild und Ton zu suchen, um Themenöffentlichkeiten und deren Dynamiken über Plattformen und Medien hinweg unter die Lupe zu nehmen und so nach und nach das Netz der Öffentlichkeit zu spinnen.

Die schablonenhaften Tabellen, die als Analysematrices am Anfang jedes der Kapitel 4 bis 9 entworfen wurden, um die Akteursnetzwerke aus Inszenierung und Öffentlichkeit herauszuarbeiten, müssen somit, wie am Anfang dieses Schlusskapitels skizziert, neu gezeichnet und mit neuen Fragen an die jeweiligen Netzwerke bestückt werden. Die Beziehungen und Machtverhältnisse zwischen den bereits ausgewählten und neuen Akteur/innen auf den genannten oder auch auf weiteren Diskursebenen müssen immer wieder aufs Neue austariert werden. Da sich die politischen, gesellschaftlichen, sozialen aber auch künstlerischen und medialen Rahmenbedingungen von Protest, Kunst und Theater auf YouTube ständig ändern, wäre es insbesondere interessant, deren Auswirkungen detailliert zu beleuchten, wie zum Beispiel wechselnde Diskursordnungen auf YouTube selbst, die erwähnten, immer restriktiveren Zensurpraktiken in China, (kultur-)politische Verände-

rungen in Ungarn oder auch weitere Veränderungen in der Netzpolitik und im Urheberrecht in Deutschland.

Wenn Akteursnetzwerke als *black boxes* immer wieder aufgebrochen und neu konfiguriert werden können, dann bedeutet die Anwendung der ANT als Methode nicht, dass allen Akteur/innen im Netzwerk gleichrangige und unverrückbare Positionen zugeschrieben werden müssen. Der Begriff der verteilten Autorschaft bei Netzwerken zwischen Kunst beziehungsweise Theater und YouTube impliziert nicht zwangsläufig, dass die Künstler/innen, Regisseur/innen und Kunstbetriebe mit jedem der Kommentator/innen als Co-Akteur/innen der Inszenierungen gleichzusetzen sind. Wie die Beispiele in den Kapiteln 7 bis 9 zeigten, sind sowohl die Tate als auch Gob Squad und das MoMA im Display YouTube sehr präsent und ‚kuratieren‘ als Kanaleigentümer die jeweiligen Videos. Darüber hinaus impliziert die Methode der ANT nicht, dass jegliche Verantwortung des Menschen abzugeben wäre, da er ‚sowieso‘ nur einer von vielen Akteur/innen ist, oder gar, dass er technologischen Akteuren wie YouTube ausgeliefert sei. Vielmehr müssen sich alle menschlichen Akteur/innen ihrer jederzeit veränderbaren Position im Gefüge eines offenen, sich permanent wandelnden Netzwerks aus Technik und Gesellschaft bewusst werden.

In diesem Sinn soll der Titel dieses Schlusskapitels ein Plädoyer sein, *black boxes* auf mehreren Ebenen zu öffnen: zum einen das Monopol des Unternehmens YouTube zu untergraben, um für den Fall gerüstet zu sein, dass das audiovisuelle Archiv zeitgenössischer Medienkultur eventuell eines Tages nicht mehr verfügbar sein sollte. Daher ist es unerlässlich, sowohl als Privatperson als auch als NGO, politische Institution oder als Kunst- und Theaterbetrieb eigene Speicher als ‚Diskursarchive‘ aufzubauen. Eine digitale und analoge Netzwerkforschung muss diese zahlreichen Diskursarchive, die sich auf und auch jenseits von YouTube ergeben, wiederum beleuchten und die spezifische Performanz in den Blick nehmen, die die Nutzer/innen in Diskursen online und offline als einen intermedialen diskursiv-künstlerischen Bogen zwischen Ereignissen und Netzwerken aufspannen.

Entscheidend dabei ist, die zahlreichen Diskursebenen, auf denen die Öffentlichkeitsakteur/innen kommunizieren, kritisch zu prüfen und stets komplementär zueinander zu betrachten. Forscher/innen sollen also zum anderen die zahlreichen *black boxes* öffnen, um immer wieder neue Akteursnetzwerke zu spinnen und sich dabei in die Tiefen der Bilderwelten des Internets als einem wertvollen Fundus zu stürzen – auf der Suche nach weiteren Videos und Kommentaren zu gesellschaftlichen Diskursen auch jenseits von Protest, Kunst und Theater.

Abbildungs-, Diagramm- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abbildung 1: Screenshots aus dem YouTube-Video <i>Der Energieriese von RWE</i> , das den Werbespot von RWE als Vorbild für mimetische Subversion nutzt.....	131
Abbildung 2: Screenshots aus dem KitKat-Werbespot (links) und Greenpeace' mimetisch subversivem Protestvideo (Video 1) mit der Adaption des Narrativs aus dem KitKat-Spot auf YouTube (rechts).....	140
Abbildung 3: Screenshots aus dem Video <i>NTR</i> auf YouTube, in denen die an Milla gesandten Privatvideos zu sehen sind (Auswahl).....	182
Abbildung 4: Screenshots aus dem Protestvideo des FESZ (lange Version) auf YouTube.....	220
Abbildung 5: Screenshots aus der mimetischen Videoantwort des EMMI vom 20.11.2012 als Reaktion auf das Protestvideo des FESZ auf YouTube.....	232
Abbildung 6: Screenshots aus der mimetischen Videoantwort des Ministeriums EMMI (rechts), in der der Einsatz der Gebärdensprache im Protestvideo des FESZ imitiert wird (beide Videos auf YouTube).....	236

ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS

Abbildung 7: Screenshots aus verschiedenen Sequenzen des zweiten FESZ-Videos vom 20.11.2012 als Reaktion auf die Videoantwort des EMMI auf YouTube.....	241
Abbildung 8: Screenshot aus dem Video <i>Ai Weiwei: Sunflower seeds</i> auf YouTube (Szene: der Künstler Ai Weiwei besucht die Mitarbeiterinnen, die die Porzellankerne für die Installation in der Tate Modern produzieren).....	270
Abbildung 9: Amir Baradarans Reinszenierung von Marina Abramovičs Performance <i>The Artist is Present</i> im MoMA New York (Screenshot aus YouTube).....	288
Abbildung 10: Der <i>Tate Live Performance Room</i> auf YouTube.....	304
Abbildung 11: Screenshots aus dem Video zur Performance <i>Les Yeux d'Argos</i> von Selma & Sofiane Ouissi im YouTube-Kanal von <i>Tate Live</i>	316
Abbildung 12: Screenshots aus der Aufzeichnung der Aufführung von <i>Western Society</i> am 03. November 2013 am HAU Berlin, Videomitschnitt auf vimeo (passwortgeschützter Zugriff).....	339
Abbildung 13: Screenshots aus <i>Western Society</i> : Zuschauer/innen sitzen als Co-Akteur/innen der Theaterinszenierung auf der Bühne und reinszenieren das YouTube-Video als Live-Aufnahme unter der Moderation von Gob Squad.....	345
Abbildung 14: Screenshot eines der <i>Western Society reenactment videos</i> im YouTube-Kanal von Gob Squad.....	351
Abbildung 15: Screenshot der letzten Videosequenz eines der <i>Western Society reenactments</i> auf YouTube mit der Gesamtvorschau neuer, ähnlicher Videovorschläge.....	352

Farbdiagramme

Farbdiagramm 1: Auswertung der Inhaltsanalyse der Kommentarinhalt zu den Videos 1, 2 und 3 von Greenpeace mit Stichtag der Auswertung jeweils am 03.05.2014. Grundgesamtheit: In Video 1 wurden n = 980 Kommentarinhalt in 651 Kommentaren codiert, in Video 2 wurden n = 474 Kommentarinhalt in 283 Kommentaren codiert und in Video 3 wurden n = 425 Kommentarinhalt in 267 Kommentaren codiert (eigene Darstellung).....	251
Farbdiagramm 2: Die Verteilung der Codehäufigkeiten bei n = 8868 codierten Kommentarinhalt in 6902 Kommentaren zum Video <i>NTR</i> auf YouTube im gesamten Untersuchungszeitraum vom 16.10.2011 bis zum 29.02.2012 (eigene Darstellung; der graue Bereich markiert den Code ‚Sonstige‘ mit 1%).....	252
Farbdiagramm 3: Aufteilung der Codehäufigkeiten nach einzelnen Phasen, in denen die Kommentare zum Video <i>NTR</i> gepostet wurden (eigene Darstellung)	253
Farbdiagramm 4: Verteilung der Codehäufigkeiten innerhalb der Kommentarinhalt zu den Videos <i>FESZ 1</i> lang und <i>FESZ 1</i> kurz, die zwischen dem 07.11.2012 und 14.12.2012 auf YouTube gepostet wurden (eigene Darstellung).....	254
Farbdiagramm 5: Verteilung der Kommentarinhalt zum <i>EMMI-</i> <i>Video</i> mit n = 43 Kommentarinhalt in 25 Kommentaren, die zwischen dem 07.11.2012 und 14.12.2012 auf YouTube gepostet wurden (eigene Darstellung).....	255
Farbdiagramm 6: Verteilung der Kommentarinhalt zum Video <i>FESZ 2</i> mit n = 51 Kommentarinhalt in 31 Kommentaren, die zwischen dem 07.11.2012 und dem 14.12.2012 auf YouTube gepostet wurden (eigene Darstellung; der gelb markierte Bereich zeigt den Anteil rassistischer Kommentare mit 2%).....	256
Farbdiagramm 7: Verteilung der Codehäufigkeiten zum YouTube-Video <i>Ai Weiwei: Sunflower Seeds</i> mit n = 391 Kommentarinhalt in 240 Kommentaren, die zwischen dem 14.10.2010 und dem 27.08.2014 gepostet wurden (eigene Darstellung).....	257

Farbdiagramm 8: Verteilung der relativen Codehäufigkeiten bei den Videos <i>TOiP 1</i> , <i>2</i> , <i>3</i> und <i>4</i> im Vergleich mit n = 67 Kommentarinhalten in 30 geposteten Kommentaren zu <i>TOiP 1</i> , n = 104 Kommentarinhalten in 41 Kommentaren zu <i>TOiP 2</i> , n = 67 Kommentarinhalten in 32 Kommentaren zu <i>TOiP 3</i> und n = 19 Kommentarinhalten in 8 Kommentaren zu <i>TOiP 4</i> (eigene Darstellung).....	258
Farbdiagramm 9: Verteilung der Codehäufigkeiten innerhalb der ausgewerteten Live-Kommentare zu den einzelnen <i>Tate Live Performances</i> im Vergleich. Die Grundgesamtheit bildete jeweils die Gesamtanzahl der codierten Kommentarinhalte pro Performance (eigene Darstellung; siehe die detaillierten Daten in Tabelle TE1 in Anhang E)).....	259

Tabellen

Tabelle 1: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im Netzwerk zu Greenpeace und Nestlé auf YouTube (eigene Darstellung).....	134
Tabelle 2: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im Akteursnetzwerk der Regierungsproteste in Ungarn 2011 (eigene Darstellung).....	177
Tabelle 3: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im kulturpolitischen Netzwerk der Videoproteste des FESZ auf YouTube (eigene Darstellung).....	219
Tabelle 4: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im Netzwerk <i>Sunflower Seeds</i> in der Tate Modern London und auf YouTube (eigene Darstellung).....	267
Tabelle 5: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im Netzwerk <i>The Other Artist is Present</i> auf YouTube (eigene Darstellung).....	286
Tabelle 6: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen in den jeweiligen <i>Tate Live Performances</i> auf YouTube (eigene Darstellung).....	305
Tabelle 7: Ausgewählte Akteur/innen und Diskursebenen im Netzwerk <i>Western Society</i> (eigene Darstellung).....	338

Quellenverzeichnis

YouTube-Videos und -Kanäle

(Wenn nicht anders angegeben, wurde auf die genannten Quellen zuletzt am 01.03.2015 zugegriffen)

#tn15 Theater & Netz - Konferenz 2015, Playlist von Nutzer/in Heinrich-Böll-Stiftung, online unter: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLQoUnPhwq7czAW8NK7cK9m-yqXYKmkqKR> (Zugriff am 08.08.2017).

Ai Weiwei does Gangnam Style von Nutzer/in Triplenickel, seit 25.10.2012 online unter: <https://youtu.be/n281GWfT1E8>.

Ai Weiwei, one-to-one von Nutzer/in Tate, seit 28.01.2011 online unter: <http://youtu.be/4sy1AFYxDmo>.

Ai Weiwei: Sunflower Seeds at Tate Modern, London von Nutzer/in VernissageTV, seit 11.10.2010 online unter: http://youtu.be/td3_EKX1Igo?list=P-L3A719E41127A79D9.

Ai Weiwei: Sunflower seeds von Nutzer/in Tate, seit 14.10.2010 online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=PueYywpkJW8>.

Beyoncé vs. Anne Teresa De Keersmaecker (Copy or inspiration?) von Nutzer/in Ricardo Alves, seit 10.10.2011 online unter: <http://youtu.be/viSdHvJ9qRk>.

BMW Tate Live, Playlist von Nutzer/in Tate, online unter: <http://www.youtube.com/playlist?list=PL7B555916AE949967>.

QUELLENVERZEICHNIS

- Bundesregierung (YouTube-Kanal), seit 29.04.2007 online unter:
<https://www.youtube.com/user/bundesregierung/featured>.
- Captain 5obza (YouTube-Kanal), seit 02.06.2011 online unter:
<http://www.youtube.com/user/captain5obza/>.
- Chris Dercon introduces BMW Tate Live Performance Room* von Nutzer/
in Tate Modern, seit 15.02.2012 online unter: <http://youtu.be/kf77fzBOoNo>.
- Der Energieriese von RWE* von Nutzer/in GreenpeaceDE, seit 17.08.2009
online unter: <http://youtu.be/xZFGYG7acz4>.
- Des jeunes du Renouveau Français interrompent Castellucci* von Nutzer/in
Renouveau français, seit 22.10.2011 online unter:
<http://youtu.be/EuPCF238ejI>.
- Deutsches Museum München (YouTube-Kanal), seit 02.07.2007 online
unter: <http://www.youtube.com/user/DeutschesMuseum>.
- Deutsches Theater Berlin (YouTube-Kanal), seit 06.06.2008 online unter:
<https://www.youtube.com/user/DTPresse>.
- Dumbass* von Nutzer/in Ai Weiwei, seit 21.05.2013 online unter:
<http://youtu.be/4ACj86DKfWS>.
- Effi Briest 2.0 (Facebook live performance)* von Nutzer/in aliastotelis,
seit 30.03.2012 online unter: <http://www.youtube.com/watch?v=qfCitB01iN8>.
- El lehet menni Magyarországról* [Man kann Ungarn verlassen] von Nutzer/
in kuszinét, seit 16.06.2006 online unter: <http://youtu.be/-tEXu8roJEQ>.
- FESZ – tiltakozás a működési támogatások halogatásával szemben – TELJES*
[Protest gegen die verzögerte Auszahlung von Zuschüssen –
GESAMT] von Nutzer/in Krétakör Alapítvány, seit 07.11.2012
online unter: <http://youtu.be/oQoa-Ky7iuSM>.
- FESZ – tiltakozás a működési támogatások halogatásával szemben* [Protest
gegen die verzögerte Auszahlung von Zuschüssen] von Nutzer/in
Krétakör Alapítvány, seit 07.11.2012 online unter:
<http://youtu.be/Y-fen-Oc7leA0>.
- FESZ- Redlisan a kultura finanszírozásáról* [FESZ – Realistisches zur
Kulturfinanzierung], von Nutzer/in Krétakör Alapítvány, seit
20.11.2012 online unter: <http://youtu.be/X86TCau8qzw>.
- Gangnam Style von Nutzer/in officialpsy, seit 15.07.2012 online unter:
<http://youtu.be/9bZkp7q19f0>.
- Gob Squad (YouTube-Kanal), seit 06.07.2007 online unter:
[https://www.youtube.com/user/gobsquadarts/
videos?view=0&sort=dd&shelf_id=0](https://www.youtube.com/user/gobsquadarts/videos?view=0&sort=dd&shelf_id=0).
- GreenpeaceDE (YouTube-Kanal), seit 16.08.2007 online unter:
<https://www.youtube.com/user/GreenpeaceDE>.

Greenpeace-Protest vor der Nestlé-Zentrale, seit 15.04.2010 online unter:

<http://youtu.be/VEbTMWtvfqk>.

Have a Break? von Nutzer/in Greenpeace UK, seit 17.03.2010 online unter:

<http://youtu.be/VajjPRwExO8>.

Intervention im Burgtheater von Nutzer/in Ernetto Brutto, seit 14.10.2013

online unter: <http://youtu.be/MEA3uKrOrMI>.

Jean Zieglers nicht-gehaltene Festspielrede 2011: Der Aufstand des Gewissens 1/2; Jean Zieglers nicht-gehaltene Festspielrede 2011: Der Aufstand des Gewissens 2/2, beide von Nutzer/in Ecowin Verlag seit 27.07.2011 online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=74ppqi8vhlU> und <http://www.youtube.com/watch?v=T3ijKpLPINc&feature=share>.

J.O. de Pékin 2008: 1/3 La Piste; J.O. de Pékin: 2/3 La Piscine; J.O. de Pékin 2008: 3/3 Un couple“, alle von Nutzer/in theatresoleil, seit 17.07.2008 online unter:

http://www.youtube.com/watch?v=NV0Ih_ngvr0&feature=related;

<http://www.youtube.com/watch?v=EdV-J4rWDGI> sowie

<http://www.youtube.com/watch?v=XyHM65Q74ZQ>.

KITKAT (YouTube-Kanal), seit 02.10.2005 online unter: <https://www.youtube.com/user/kitkat>.

Kommentelhető: Realisan a kultúra finanszírozásáról 2012 [Kommentierbar: Realistisches zur Kulturförderung 2012] von Nutzer/in Demo Kraciat, seit 10.11.2012 online unter: <http://youtu.be/Fc8Um2isqPU>.

Krétaör akció Markó Iván premierjén [Krétaör-Aktion während der Markó Iván Premiere] von Nutzer/in Krétaör Alapítvány, seit 24.05.2013 online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=9OWId4PLOl4>.

Leave Britney Alone! von Nutzer/in itschrisrock, seit 10.09.2007 online unter: <http://youtu.be/kHmvrRoEowc>.

Lonelygirl15 (YouTube-Kanal), seit 12.05.2006 online unter:

<https://www.youtube.com/user/lonelygirl15/featured>.

Man with a Movie Camera: The Global Remake von Nutzer/in perrybard's channel, seit 31.07.2010 online unter: <http://www.youtube.com/watch?v=uEykp9PsDkw-&feature=share&list=UUOrnCCO-8jYxUsT4Wdf-zag&index=3>.

Manifestation contre la pièce Exhibit B de Brett Brailey - Saint Denis, 28 novembre von Nutzer/in agenceinfoibreTV, seit 28.11.2014 online unter: <http://youtu.be/oXF9mAMZbm0>.

Marina Abramović: Live at MoMA von Nutzer/in MoMAvideos, seit 31.03.2010 online unter: http://youtu.be/-2GD5PBK_Bto?list=UU9CswYtb5rL31CHwyVoyvQ.

QUELLENVERZEICHNIS

- Marina Abramović: The Artist is Present* von Nutzer/in MoMAvideos, seit 13.04.2010 online unter: <http://youtu.be/tyBTfVNxvfk?list=UU9CsWYtb5rL31CHwyVoyJvQ>.
- MasasiMati (YouTube-Kanal), seit 08.11.2011 online unter: <http://www.youtube.com/user/MasasiMati>.
- Me at the zoo* von Nutzer/in jawed, seit 23.04.2005 online unter: <http://youtu.be/jNQXAC9IVRw>.
- Millamediavideo (YouTube-Kanal), seit 21.06.2012 online unter: <https://www.you-tube.com/user/millamediavideo>.
- Münchener Kammerspiele (YouTube-Kanal), seit 05.11.2007 online unter: <http://www.youtube.com/user/mkammerspiele>.
- Museum of Modern Art New York (YouTube-Kanal), seit 14.12.2006 online unter: <https://www.youtube.com/user/MoMAvideos>.
- My Thoughts on Google +* von Nutzer/in Emma Blackery, seit 08.11.2013 online unter: <http://youtu.be/LTq8TrA3hb4>.
- Nem tetszik a rendszer - interjú Karsay Dorottya-val* [Das System gefällt mir nicht – Interview mit Dorottya Karsay] von Nutzer/in gepnarancsvideo, seit 25.10.2011 online unter: <http://youtu.be/47FNmXDDXTg>.
- Nem tetszik a rendszer* von Nutzer/in Tüntetések a sajtószabagságért [Demonstrationen für die Pressefreiheit], seit 16.10.2011 online unter: <http://youtu.be/GSP81Che1X0t>.
- Nem tetszik a rendszer!?* von Nutzer/in Tüntetések a sajtószabagságért [Demonstrationen für die Pressefreiheit], seit 09.10.2011 online unter: <http://youtu.be/SAmRSnrwld?list=PLCEB94DAE72EE208C>.
- Nestlé Digital Acceleration Team I* von Nutzer/in Nestlé Corporate, seit 07.12.2012 online unter: <http://www.youtube.com/watch?v=ktsMa8hfgY0>.
- Nestlé staff chat about the Greenpeace Kit Kat video* von Nutzer/in onlinejournalist, seit 17.03.2010 online unter: <http://youtu.be/QL8QfyzcMS>.
- Nestlé, kein Palmöl aus Urwaldzerstörung!* von Nutzer/in Greenpeace DE, seit 17.03.2010 online unter: <http://youtu.be/IzF3UGOIvDc>.
- Nestlé, KitKat, Orang-Utans*, seit 24.03.2010 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/ToGK3-2tZz8>.
- Nestlé: Engagement in a hostile digital world* von Nutzer/in Reuters, seit 26.10.2012 online unter: http://youtu.be/HD_W3EMuClU.
- New Kit Kat Ad – Checkout* von Nutzer/in worklikeamachine, seit 06.02.2009 online unter: <http://youtu.be/tPaPrLuXcQI>.
- Nestlé, Kitkat, Orang-Utans* von Nutzer/in GreenpeaceDE, seit 24.03.2010 online unter: <https://www.youtube.com/watch?v=ToGK3-2tZz8>.

- Putting palm oil in Kit Kats is bad news for orang-utans* von Nutzer/in Greenpeace UK, seit 17.03.2010 online unter: <http://youtu.be/2ExNmhDLsIk>.
- Ramy Essam - The real revolution song of Tahrir square*, seit 15.02.2011 online unter: <http://youtu.be/-rEKmTBKiBM>.
- Realisan a kultúra finanszírozásáról 2012* [Realistisches zur Kulturförderung 2012] von Nutzer/in Sajtó EMMI, seit 10.11.2012 online unter: <http://youtu.be/ITaB0eVoHVQ>.
- Re:Rosas! The fABULEUS Rosas Remix Project*, Playlist von Nutzer/in rosas vzw, seit 24.07.2013 online unter: http://www.youtube.com/playlist?list=PLiH_xu1h-5rNwan9zc3divV-9lynbnzNM6.
- Rimini Protokoll (YouTube-Kanal), seit 09.03.2009 online unter: <https://www.youtube.com/user/RiminiProtokollTube>.
- RWE-Werbespot – Der Energieriese* von Nutzer/in Nicholas Keul, seit 21.11.2011 online unter: <http://youtu.be/VBHIpxVFi50>.
- Schaubühne Berlin (YouTube-Kanal), seit 29.08.2007 online unter: <http://www.youtube.com/user/schaubuehne>.
- Slejm - a torkon ragadt politika (YouTube-Kanal), seit 17.07.2015 online unter: <https://www.youtube.com/channel/UCFpEvuosfPGIV1VyUF6QOA/featured> (Zugriff am 01.08.2017).
- Spectacle Blasphématoire – un jeune militant d'Action Française écrasé par un car de police* von Nutzer/in anti nouvel ordre mondial, seit 21.10.2011 online unter: <http://youtu.be/gwZE5QCOTs>.
- Städel Museum Frankfurt (YouTube-Kanal), seit 03.12.2008 online unter: <http://www.youtube.com/user/staedelmuseum>.
- Stefan Kaegi (YouTube-Kanal), seit 27.06.2010 online unter: <https://www.youtube.com/user/RiminiApparat/feed>.
- Tate Modern London (YouTube-Kanal), seit 26.10.2005 online unter: <http://www.you-tube.com/user/tate>.
- The Other Artist is Present*, Playlist von Nutzer/in Toaip2010 (Amir Baradaran), online unter: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL2EE1E8A2A11D5485>
- Tüntetések a sajtószabadságért (YouTube-Kanal), seit 15.01.2011 online unter: <https://www.youtube.com/user/sajtoszabad-sagert/featured>.
- TW in LE (YouTube-Kanal), seit 17.02.2014 online unter: <http://www.youtube.com/channel/UC3eUEH3C2LugUDv3yUqoXMw/feed>.
- Ulf, der Pausenchef - Nestlé Kaffee & Schokoladen* von Nutzer/in ddpaward, seit 30.04.2012 online unter: http://youtu.be/abueuPpb_BM?list=UUInUmqFYXk-G9SlfGy6ryvA.

QUELLENVERZEICHNIS

Ungarns Stimme des Protests: „Das System gefällt mir nicht“ von Nutzer/in spiegeltv, seit 03.01.2012 online unter: <http://youtu.be/RYGxyqNRqC0>.

Warum KitKat schlecht für Orang-Utans ist von Nutzer/in GreenpeaceDE, seit 01.04.2010 auf YouTube online unter: <http://youtu.be/efPQPMIjr3U>.

Western Society Reenactments, Playlist von Nutzer/in Gob Squad, online unter: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLNzOZB8jURInV7TS5hbIrs7cy9kSOL4Un>.

Witness (YouTube-Kanal), seit 06.02.2006 online unter: <http://www.youtube.com/user/Witness>.

YouTube Play (YouTube-Kanal), seit 05.05.2010 online unter: <http://www.you-tube.com/user/playbiennial>.

Zéro Ministeriumi Támogatás [Null ministerielle Förderung] von Nutzer/in Krétakör Alapítvány, seit 11.07.2014 online unter: http://youtu.be/-7Rv_P9Nvgk.

ZiB-Redaktion – Das Protest-Video von Nutzer/in ZiBRedaktion, seit 16.01.2012 online unter: <http://www.youtube.com/watch?v=o6SzZmMNfNg>.

Ausstellungskataloge

Ausst. Kat. *Ai Weiwei: Sunflower Seeds*. Hrsg. von Juliet Bingham. Installation in der Tate Modern London 2010.

Ausst. Kat. *Marina Abramović: The Artist is Present*. Hrsg. von Klaus Biesenbach. Performance im Marron Atrium des Museum of Modern Art New York 2010.

Videoaufzeichnungen von Inszenierungen und Filme

Ai Weiwei: Never Sorry. Alison Klayman [Reg.]. 91 Min. USA 2012.

Ai Weiwei: The Fake Case. Andreas Johnsen [Reg.]. 86 Min. Dänemark / China / Großbritannien 2013.

Gob Squad's Kitchen (You've Never Had It So Good). Gob Squad [Reg.]. Premiere am 30.03.2007 am Prater der Volksbühne am Rosa-Luxemburg-Platz in Berlin. Trailer 5 Min, online unter: <http://www.gobsquad.com/gob-squads-kitchen-youve-never-had-it-so-good>.

Kitchen. Andy Warhol [Reg.]. 70 Min. USA 1965.

Marina Abramović: The Artist is Present. Matthew Akers [Reg.]. 105 Min. USA 2012.

Supernerds – Ein Überwachungsabend. Angela Richter [Reg.]: Premiere am 28.05.2015 am Schauspiel Köln. Fernsehübertragung, ausgestrahlt im WDR, 28.05.2015.

Western Society. Gob Squad [Reg.]: Premiere am 05.10.2013 am Hebbel am Ufer Berlin. Passwortgeschützter Stream 105 Min, online unter: <https://vimeo.com/84247084>.

Literaturverzeichnis

Ackermann, Ulrike (Hrsg.): *Im Sog des Internets. Öffentlichkeit und Privatheit im digitalen Zeitalter.* Frankfurt am Main: Humanities Online 2013.

Adami, Elisabetta: „We/YouTube‘: exploring sign-making in video-interaction“. In: *Visual Communication* 8 (2009), H. 4, S. 379–399.

Agamben, Giorgio: *Was ist ein Dispositiv?* [*Che cos'è un dispositivo?*, 2006]. Aus dem Italienischen von Andreas Hiepko. Zürich/Berlin: Diaphanes 2008.

Ambrozy, Lee (Hrsg.): *Ai Weiwei. Macht euch keine Illusionen über mich. Der verbotene Blog* [*Ai Weiwei's Blog. Writings, Interviews and Digital Rants*, 2011]. Aus dem Englischen von Wolfram Ströle; Norbert Juraschitz; Stephan Gebauer; Oliver Grasmück und Hans Freundl. Berlin: Galiani 2011.

Amine, Khalid: „Re-enacting Revolution and the New Public Sphere in Tunisia, Egypt and Morocco“. In: *Theatre Research International* 38 (2013), H. 2, S. 87–103.

Ammann, Katharina: *Video ausstellen. Potenziale der Präsentation.* Bern: Peter Lang 2009.

Ang, Ien: *Living Room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World.* London: Routledge 1996.

Antony, Mary Grace; Ryan J. Thomas: „This is citizen journalism at its finest‘: YouTube and the public sphere in the Oscar Grant shooting incident“. In: *New Media & Society* 12 (2010), H. 8, S. 1280–1296.

Appadurai, Arjun: *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization.* Minnesota: University of Minnesota Press 1996.

Arendt, Hannah: *Vita activa oder vom täglichen Leben* [1967]. München: Piper, 9. Auflage, 1997.

Aristoteles: *Poetik. Griechisch/Deutsch.* Übersetzt und herausgegeben von Manfred Fuhrmann. Stuttgart: Reclam 1994.

Aristoteles: *Politik. Buch I. Über die Hausverwaltung und die Herrschaft des Herrn über Sklaven.* Übersetzt und erläutert von Eckart Schütrumpf. Berlin: Akademie-Verlag 1991 (=Werke in deutscher Übersetzung. Begründet von Ernst Grumach. Herausgegeben von Hellmut Flashar Bd. 9.1).

QUELLENVERZEICHNIS

- Assmann, Aleida: „Archive im Wandel der Mediengeschichte“. In: Knut Ebeling; Stephan Günzel (Hrsg.): *Archivologie: Theorien des Archivs in Philosophie, Medien und Künsten*. Berlin: Kadmos 2009, S. 165–177.
- Auslander, Philip: *Liveness. Performance in a mediatized culture*. London/New York: Routledge 1999.
- Austin, John L.: „Performative Äußerungen“. In: Ders.: *Gesammelte philosophische Aufsätze*. Übersetzt und herausgegeben von Joachim Schulte. Stuttgart: Reclam 1986, S. 305–327.
- Austin, John L.: *Zur Theorie der Sprechakte [How to do things with Words, 1962]*. Übersetzt aus dem Englischen und bearbeitet von Eike von Savigny. Stuttgart: Reclam 1979.
- Autonome a.f.r.i.k.a. gruppe; Luther Blisset; Sonja Brünzels: *Handbuch der Kommunikationsguerilla*. Hamburg u.a.: Verlag Libertäre Assoziation 1998.
- Bairlein, Josef; Christopher Balme; Jörg von Brincken; Wolf-Dieter Ernst; Meike Wagner (Hrsg.): *Netzkulturen. Kollektiv, kreativ, performativ*. München: epodium 2011.
- Bal, Mieke: *Double Exposures. The Subject of Cultural Analysis*. New York/London 1996.
- Ballenthien, Jana; Corinne Büching; Katja Koren Ošljak: „Das Potenzial der Grounded Theory für die Technik- und Medienforschung“. In: Carstensen; Schachtner; Schelhowe u.a. (Hrsg.): *Digitale Subjekte*, S. 273–291.
- Balme, Christopher: *The Theatrical Public Sphere*. London: Cambridge University Press 2014.
- Balme, Christopher: „Distribuierte Ästhetik. Performance, Medien und Öffentlichkeit“. In: Bairlein; Ders.; Brincken u.a. (Hrsg.): *Netzkulturen*, S. 41–54.
- Balme, Christopher: „Surrogate Stages. Theatre, Performance and the Challenge of New Media“. In: *Theatre Research International* 13 (2008), H. 2, S. 80–91.
- Balme, Christopher: „Theater zwischen den Medien. Perspektiven theaterwissenschaftlicher Forschung“. In: Ders.; Markus Moninger (Hrsg.): *Crossing Media. Theater – Film – Fotografie – Neue Medien*. München: epodium 2004, S. 13–31 (=Intervisionen – Texte zu Theater und anderen Künsten Bd. 5).
- Balme, Christopher: *Einführung in die Theaterwissenschaft*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 3. Auflage, 2003.
- Balme, Christopher; Jürgen Schläder (Hrsg.): *Inszenierungen. Theorie – Ästhetik – Medialität*. Stuttgart; Weimar: Metzler 2002.

- Balme, Christopher: „Robert Lepage und die Zukunft des Theaters im Medienzeitalter“. In: Lecker (Hrsg.): *Maschinen, Medien, Performances*, S. 668–683.
- Balme, Christopher: „Pierrot encadré. Zur Kategorie der Rahmung als Bestimmungsfaktor medialer Reflexivität“. In: Lecker (Hrsg.): *Maschinen, Medien, Performances*, S. 480–492.
- Balme, Christopher: „Regie“. In: Lazarowicz, Balme (Hrsg.): *Texte zur Theorie des Theaters*, S. 302–305.
- Barabási, Albert-Lászlo: *Linked. How everything is connected to everything else and what it means for business, science and everyday life*. Cambridge (Mass.): Perseus Publ. 2002.
- Baringhorst, Sigrid: „Internet und Protest. Zum Wandel von Organisationsformen und Handlungsrepertoires – Ein Überblick“. In: Kathrin Voss (Hrsg.): *Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet*. Wiesbaden: VS Verlag 2014, S. 91–113.
- Baringhorst, Sigrid; Veronika Kneip; Johanna Niesyto (Hrsg.): *Political Campaigning on the Web*. Bielefeld: transcript 2009.
- Baringhorst, Sigrid: „Politischer Protest im Netz – Möglichkeiten und Grenzen der Mobilisierung transnationaler Öffentlichkeit im Zeichen digitaler Kommunikation“. In: Frank Marcinkowski; Barbara Pfetsch (Hrsg.): *Politik in der Mediendemokratie*. Wiesbaden: VS Verlag 2009, S. 609–635 (= Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft Bd. 42).
- Barnes, Barry: „The Macro/Micro Problem and the Problem of Structure and Agency“. In: George Ritzer; Barry Smart (Hrsg.): *Handbook of Social Theory*. London: Sage Publications Ltd. 2001, S. 339–352.
- Barthes, Roland: „Der Tod des Autors“ [„La mort de l’auteur“, 1968]. Aus dem Französischen von Matias Martinez. In: Jannidis; Lauer; Martinez u.a. (Hrsg.): *Texte zur Theorie der Autorschaft*, S. 185–193.
- Bartholomew, Amy: „Nonviolent Terrorism‘ or the Ligitimate Performance of Resistance? Hunger Strikes, Death Fasts, and a Habermasian Conception of a Political Action and the Public Sphere“. In: Khalid Amine; George F. Roberson (Hrsg.): *Intermediality, Performance and the Public Sphere. Selected papers from recent meetings of the Tangier International Conferences*. Amherst / Denver / Tangier: Collaborative Media International 2014, S. 105–117 (=International Collaboration Series).
- Barton, Matthew D.: „The future of rational-critical debate in online public spheres“. In: *Computers and Composition* 22 (2005), S. 177–190.
- Baudry, Jean-Louis: „Das Dispositiv. Metapsychologische Betrachtungen des Realitätseindrucks“. In: *Psyche. Zeitschrift für Psychoanalyse und ihre Anwendungen* 48 (1994), H. 11, S. 1047–1074.

QUELLENVERZEICHNIS

- Bauer, Hans H.; Tobias E. Haber; Carmen-Maria Albrecht; Tom Laband: „Viral Advertising“. In: Hans H. Bauer; Dirk Große-Leege; Jürgen Rösger (Hrsg.): *Interactive Marketing im Web 2.0+. Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet*. München, 2. Auflage, 2008, S. 267–282.
- Bauer, Matthias; Christoph Ernst: *Diagrammatik. Einführung in ein kultur- und medienwissenschaftliches Forschungsfeld*. Bielefeld: transcript 2008.
- Becker, Andreas; Martin Doll; Serjoscha Wimmer; Anke Zechner (Hrsg.): *Mimikry. Gefährlicher Luxus zwischen Natur und Kultur*. Schliengen: Ed. Argus 2008.
- Becker, Barbara: „Selbstinszenierung im Netz“. In: Krämer (Hrsg.): *Performativität und Medialität*, S. 413–429.
- Beißwenger, Michael: „Das interaktive Lesespiel. Chat-Kommunikation als mediale Inszenierung“. In: Ders. (Hrsg.): *Chat-Kommunikation. Sprache, Interaktion, Sozialität & Identität in synchroner computervermittelter Kommunikation. Perspektiven auf ein interdisziplinäres Forschungsfeld*. Stuttgart: ibidem 2001, S. 79–138.
- Belliger, Andréa; David J. Krieger (Hrsg.): *ANTology. Ein einführendes Handbuch in die Akteur-Netzwerk-Theorie*. Bielefeld: transcript 2006.
- Benhabib, Seyla: „Models of Public Space. Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas“. In: Calhoun (Hrsg.): *Habermas and the Public Sphere*, S. 73–98.
- Benjamin, Walter: „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ [1936]. In: Ders.: *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. 3 Studien zur Kunstsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 12. Auflage, 1981, S. 7–44 (=edition suhrkamp Bd. 28).
- Benkler, Yochai: *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven/London: Yale University Press 2006.
- Berg, Anna Lea: „Am Ende entscheiden die Wähler nicht die Fakten“. In: *Süddeutsche Zeitung* (19.07.2017), S. 9.
- bfp Analyse: „Brent Spar. Eine Falschmeldung und ihre Karriere. Über den Bau von Geschichtsbildern durch kognitive Ignoranz und kommunikative Penetranz“. In: Krüger; Müller-Hennig (Hrsg.): *Greenpeace auf dem Wahrnehmungsmarkt*, S. 205–222.
- Bieber, Christoph: *Politische Projekte im Internet. Online-Kommunikation und politische Öffentlichkeit*. Frankfurt/New York: Campus 1999.
- Bierbichler, Josef: „Schampus. Warum regt der Einfluss der Wirtschaft auf die Kunst niemanden mehr auf – nicht einmal die künstlerischen Angestellten der Salzburger Festspiele?“ In: *Theater der Zeit* 66 (2011), H. 9, S. 55.

- Blättler, Andy; Doris Gassert; Susanna Parikka-Hug; Miriam Ronsdorf
(Hrsg.): *Intermediale Inszenierungen im Zeitalter der Digitalisierung. Medientheoretische Analysen und ästhetische Konzepte*. Bielefeld: transcript 2010 (=MedienAnalysen Bd. 7).
- Bleicher, Joan Kristin; Barbara Link; Vladislav Tinchev: *Fernsehtil. Geschichte und Konzepte*. Berlin / Münster: Lit-Verlag 2010 (=Medialität – Crossmedialität Bd. 2).
- Bleicher, Joan Kristin: *Poetik des Internets. Geschichte, Angebote und Ästhetik*. Münster: Lit-Verlag 2009.
- Bleicher, Joan Kristin: „YouTube als Supermedium im Spiegel der Forschung“. In: Schumacher; Stuhlmann (Hrsg.): *Videoportale: Broadcast Yourself?*, S. 13–26.
- Blümlinger, Christa: *Kino aus zweiter Hand. Zur Ästhetik materieller Aneignung im Film und in der Medienkunst*. Berlin: Vorwerk 8 2009.
- Blume, Hermann; Elisabeth Großegger; Andrea Sommer-Mathis; Michael Rössner: „Einleitung. Die Rolle der Inszenierung für die Formung eines kulturellen Gedächtnisses“. In: Dies. (Hrsg.): *Inszenierung und Gedächtnis. Soziokulturelle und Ästhetische Praxis*. Bielefeld: transcript 2014, S. 9–12.
- Bo, Zheng: „From Gongren to Gongmin. A Comparative Analysis of Ai Weiwei's ‚Sunflower Seeds‘ and ‚Nian‘“. In: *Journal of Visual Art Practice* 11 (2012), H. 2+3, S. 117–133.
- Boal, Augusto: „Das Theater der Unterdrückten“ [1979]. In: Lazarowicz; Balme (Hrsg.): *Texte zur Theorie des Theaters*, S. 643–648.
- Boenisch, Peter M.: „Aesthetic Art to aisthetic act. Theatre, media, intermedial performance“. In: Freda Chapple; Chiel Kattenbelt (Hrsg.): *Intermediality in Theatre and Performance*. Amsterdam / New York: Rodopi 2006, S. 103–116 (=Themes in Theatre. Collective Approaches to Theatre and Performance Bd. 2).
- Boenisch, Peter M.: „coMEDIA electrONica: Performing Intermediality in Contemporary Theatre“. In: *Theatre Research International* 28 (2003), H. 1, S. 24–45.
- Bohman, James: „Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy“. In: Nick Crossley (Hrsg.): *After Habermas: New Perspectives on the Public Sphere*. Oxford: Blackwell Publishing 2004, S. 131–155.
- Bolter, Jay David; Richard Grusin: *Remediation. Understanding new media*. Cambridge: MIT press 1999.
- Bordwell, David: *Narration in the fiction film*. Madison, Wisconsin: University of Wisconsin Press 1985.

QUELLENVERZEICHNIS

- Bösch, Michael: *Südafrikas Inszenierung der Wahrheit: die politische Erinnerungskultur nach der Apartheid*. Schwerte: Kath. Akad. 2010 (=Akademie-Vorträge / Katholische Akademie Schwerte Bd. 51).
- Böttger, Conny: „Politik der Visualisation. Oder: Greenpeace macht Bilder, Bilder machen Greenpeace“. In: Krüger; Müller-Hennig (Hrsg.): *Greenpeace auf dem Wahrnehmungsmarkt*, S. 35–42.
- Bourriaud, Nicolas: *Postproduction. Culture as screenplay. How art reprograms the world*. Berlin u.a.: Lukas & Sternberg 2002.
- Bourriaud, Nicolas: *Relational Aesthetics* [*Esthétique Relationelle*, 1998]. Übersetzt aus dem Französischen von Simon Pleasance und Fronza Woods. Dijon: Les Presses du Réel 2002.
- Bowyer, Benjamin T.; Joseph E. Kahne: „Youth comprehension of political messages in YouTube videos“. In: *New Media & Society* 19 (2017), H. 4, S. 522–541.
- Brady, John S.: „No Contest? Assessing the Agonistic Critiques of Jürgen Habermas's Theory of the Public Sphere“. In: *Philosophy & Social Criticism* 30 (2004), H. 3, S. 331–354.
- Brandenburg, Detlef: „Editorial“. In: *Die Deutsche Bühne* 06 (2012), S. 3.
- Brecht, Bertolt: *Werke*. Große kommentierte Berliner und Frankfurter Ausgabe. Herausgegeben von Werner Hecht, Jan Knopf, Werner Mittenzwei, Klaus-Detlev Müller. Bd. 23: *Schriften 3. 1942–1956*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1993.
- Brecht, Bertolt: „Radiotheorie“. In: Ders.: *Schriften zur Literatur und Kunst*. 3Bde. Bd. 1 [1920–1932]. Frankfurt: Suhrkamp 1967, S. 121–140.
- Broeren, Joost: *Digital Attractions: Reloading Early Cinema in Online Video Collections*. In: Vonderau, Snickars (Hrsg.): *The YouTube Reader*, S. 154–165.
- Brouwers, Janneke; Lucas Cornips; Wolfgang Kaltenbrunner; Nicolle Lamerichs; Selina Schepers; Anna Wolters (Hrsg.): „YouTube and communities“. In: *Cultures of Arts, Science and Technology* 1 (2008), H.1 (Sonderausgabe zu YouTube).
- Brück, Ingrid: „Live“. In: Helmut Schanze; Susanne Pütz (Hrsg.): *Metzler-Lexikon Medientheorie – Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe*. Stuttgart: Metzler 2002, S. 186–188.
- Bruns, Axel: *Blogs, Wikipedia, Second life, and Beyond. From production to produsage*. New York: Peter Lang 2008.
- Bruns, Karin, Ramón Reichert: „Vorwort“. In: Dies. (Hrsg.): *Reader Neue Medien. Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation*. Bielefeld: transcript 2007, S. 1–19.
- Bscheid, Wolfgang; Michael Frank; Manfred Klaus; Tim Stickelbrucks: *Online-Video-Marketing. Erfolgsfaktoren und Perspektiven*. Heidelberg / München: mitp 2009.

- Bucher, Hans-Jürgen: „Das Internet als Netzwerk des Wissens. Zur Dynamik und Qualität von spontanen Wissensordnungen im Web 2.0“. In: Fangerau; Halling (Hrsg.): *Netzwerke*, S. 133–171.
- Burgess, Jean: „From ‚Broadcast yourself‘ to ‚Follow your interests‘: Making over Social Media“. In: *International Journal of Cultural Studies* 18 (2015), H. 3, S. 281–285.
- Burgess, Jean; Joshua Green: *YouTube. Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity 2009 (=Digital Media and Society Series).
- Butler, Judith: *Excitable Speech. A Politics of the Performative*. New York u.a.: Routledge 1997.
- Butler, Judith: „Performative Acts and Gender Construction. An Essay in Phenomenology and Feminist Theory“. In: Sue-Ellen Case (Hrsg.): *Performing Feminism. Feminist Critical Theory and Theatre*. Baltimore / London: 1990, S. 270–282.
- Calhoun, Craig: „Information technology and the international public sphere“. In: Douglas Schuler and Peter Day (Hrsg.): *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. Cambridge: The MIT Press 2004, S. 229–251.
- Calhoun, Craig (Hrsg.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge Massachusetts: The MIT Press 1992.
- Cammaerts, Bart: „Radical Pluralism and Free Speech in Online Public Spaces. The Case of North Belgian Extreme Right Discourses“. In: *International Journal of Cultural Studies* 12 (2009), H. 6, S. 555–575.
- Campanelli, Vito: *Web Aesthetics. How Digital Media Affect Culture and Society*. Rotterdam: NAI Publishers 2011 (=Studies in Network Cultures).
- Canaris, Volker: „Theater ist im Fernsehen nur unvollkommen zu vermitteln“. In: *Theater heute* 17 (1976), H. 9, S. 24–29.
- Carlson, Marvin: *Performance. A Critical Introduction*. London u.a.: Routledge 1996.
- Carpenter, Serena: „A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles“. In: *New Media & Society* 12 (2010), H. 7, S. 1064–1084.
- Carroll, Noël: *Theorizing the Moving Image*. Cambridge: Cambridge University Press 1996.
- Carroll, Noël: „The Specificity of Media in the Arts“. In: *Journal of Aesthetic Education*. 19 (1985), Nr. 4, S. 5–20.
- Carstensen, Tanja; Christina Schachtner; Heidi Schelhowe; Raphael Beer (Hrsg.): *Digitale Subjekte. Praktiken der Subjektivierung im Medienumbruch der Gegenwart*. Bielefeld: transcript 2014.

QUELLENVERZEICHNIS

- Castells, Manuel: „The New Public Sphere. Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance“. In: *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616 (2008), S. 78–93.
- Castells, Manuel: *The Rise of The Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers 1996.
- Castells, Manuel: „Space of Flows – Raum der Ströme. Eine Theorie des Raumes in der Informationsgesellschaft“. In: Peter Noller; Walter Prigge; Klaus Ronneberger; Martin Wentz; Ulrike Schöbel (Hrsg.): *Stadt – Welt. Über die Globalisierung städtischer Milieus*. Frankfurt am Main/New York: Campus 1994, S. 121–134.
- Certeau, Michel de: *Die Kunst des Handelns [L'invention du quotidien. 1. Arts de faire]*, 1980]. Aus dem Französischen von Ronald Voullié. Berlin: Merve 1988.
- Cesare, Nikki T.: „Barack Me Tonight“. Re-sounding politics via the Interweb“. In: *Performance Research International* 16 (2011), H. 2, S. 105–112.
- Christensen, Christian: „Uploading dissonance: YouTube and the US occupation of Iraq“. In: *Media, War & Conflict* 1 (2008), H. 2, S. 155–175.
- Corbin, Juliet: „Eine analytische Reise unternehmen“. In: Günter Mey; Katja Mruck (Hrsg.): *Grounded Theory Reader*. Wiesbaden: VS Verlag 2011, S.163–180.
- Costa Lima, Luiz: *Mimesis. Herausforderung an das Denken*. Übersetzt aus dem Brasilianischen von Johannes Kretschmer und Ellen Spielmann. Berlin: Kadmos 2012.
- Couldry, Nick: „Akteur-Netzwerk-Theorie und Medien: Über Bedingungen und Grenzen von Konnektivitäten und Verbindungen“. Übersetzt aus dem Englischen von Sebastian Deterding. In: Hepp; Krotz; Moores u.a (Hrsg): *Konnektivität, Netzwerk und Fluss*, S. 101–117.
- Coy, Wolfgang: „Aus der Vorgeschichte des Computers“. In: Norbert Bolz; Friedrich Kittler; Georg Christoph Tholen (Hrsg.): *Computer als Medium*. München: Fink 1994, S. 19–38.
- Craig, Edward Gordon: *Über die Kunst des Theaters. [On the art of the theatre, 1905]* Berlin: Gerhardt 1969.
- Crossley, Nick (Hrsg.): *After Habermas. New perspectives on the public sphere*. Oxford u.a.: Blackwell 2006.
- Csató, Kata: „Chaos und Ratlosigkeit. Ein kurzer Lagebericht aus der ungarischen Figurentheaterszene“. Aus dem Ungarischen von Iris Cseke. In: *double* 10 (2013), Nr. 28, H. 2, S. 20–22.
- Cseke, Iris; Katharina Knüppel: „Forschen am Spielfeldrand. Interdisziplinarität in der Theaterwissenschaft“. In: Nic Leonhardt

- (Hrsg.): *Theater-Wissen quer denken. Facetten szenischer Künste aus drei Jahrzehnten*. Berlin: neofelis 2017, S. 301–323.
- Cseke, Iris: „Kommentare als Spiegel der Affektion auf YouTube – das ungarische Videoprojekt *Nem tetszik a rendszér*“. In: Dies.; Sebastian Jung; Lars Krautschick; Georg Schneider; Johanna Zorn (Hrsg.): *produktion. AFFEKTION. rezeption. Tagungsband zum interdisziplinären Symposium für Nachwuchswissenschaftler im Rahmen des Promotionsprogramms ProArt der LMU München vom 17.02. – 18.02.2012*. Berlin: epubli 2014, S. 315–334.
- Cseke, Iris; Gábor Pilári; Péter Sisak: „Ich will lieber wieder Amateur sein. Zwei freie Theatergruppen aus Ungarn zu ihren Arbeitsbedingungen“. In: *double 10* (2013), Nr. 28, H. 2, S. 24–25.
- Cseke, Iris: *Der Theatertrailer im Internet. Ästhetik und Funktion einer neuen medialen Form*. Unveröffentlichte Magisterarbeit. München: Ludwig-Maximilians-Universität 2009.
- Dahlberg, Lincoln: „Rethinking the fragmentation of the cyberpublic. From consensus to contestation“. In: *New Media & Society* 9 (2007), H. 5, S. 827–847.
- Dahlberg, Lincoln: „The corporate colonization of online attention and the marginalization of critical communication?“. In: *Journal of Communication Inquiry* 29 (2005), H. 2, S. 160–180.
- Dahlberg, Lincoln: „The Habermasian public sphere: Taking difference seriously?“. In: *Theory and Society* 34 (2005), H. 2, S. 111–136.
- Dahlberg, Lincoln: „The internet and democratic discourse. Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere“. In: *Information, Communication and Society* 4 (2001), H. 4, S. 615–633.
- Dahlberg, Lincoln: „Computer-Mediated Communication and the Public Sphere: A Critical Analysis“. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 7.1 (2001), S. 1–15.
- Dahlgren, Peter: „The Internet, Public Spheres, and Political Communications. Dispersion and Deliberation“. In: *Political Communication* 22 (2005), H. 2, S. 147–162.
- Davies, Rosamund: „Digital Intimacies: Aesthetic and Affective Strategies in the Production and Use of Online Video“. In: Grainge (Hrsg.): *Ephemeral Media*, S. 214–227.
- Davies, Thomas; Holly Eva Ryan; Alejandro Milciades Peña (Hrsg.): *Protests, Social Movements and Democracy since 2011: New Perspectives*. Bingley: Emerald Group Publishing 2016 (=Research in Social Movements, Conflicts and Change, Bd. 39).

QUELLENVERZEICHNIS

- Debord, Guy: *Die Gesellschaft des Spektakel* [*La Société du Spectacle*, 1971]. Aus dem Französischen von Jean-Jacques Raspaud. Berlin: Verlag Klaus Bittermann 1996.
- Deleuze, Gilles: „Was ist ein Dispositiv?“. In: François Ewald; Bernhard Waldenfels (Hrsg.): *Spiele der Wahrheit. Michel Foucaults Denken*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1991, S. 153–162.
- Deleuze, Gilles; Félix Guattari: *Rhizom*. Berlin: Merve Verlag 1977.
- Della Porta, Donatella; Sidney Tarrow: *Transnational Protest and Social Activism*. Lanham/Oxford: Rowman&Littlefield 2005.
- Dercon, Chris: „Die Weigerung zwischen Kunst und Leben einen Unterschied zu machen“. In: *Du. Die Zeitschrift der Kultur* 71 (2011), H. 817: *Wer hat Angst vor Ai Weiwei*, S. 54.
- Derrida, Jacques: „Signatur, Ereignis, Kontext“ [„Signature, Event, Context“, 1977]. In: Ders.: *Limited Inc*. Hrsg. von Peter Engelmann. Aus dem Französischen von Werner Rapp. Wien: Passagen Verlag 2001, S. 15–45.
- Deutschlandfunk (Hrsg.): *Der Ort des Politischen – Politik, Medien und Öffentlichkeit in Zeiten der Digitalisierung. Eine Debatte des Deutschlandfunks im 50. Jahr seines Bestehens*. Berlin: Vistas Verlag 2013.
- Dijk, José van: „Users like you? Theorizing agency in user-generated content“. In: *Media, Culture & Society* 31(2009), H. 1, S. 41–58.
- Dijk, José van: „Digital divide research, achievements and shortcomings“. In: *Poetics* 34 (2006), S. 221–235.
- Dixon, Steve: *Digital Performance. A History of New Media in Theater, Dance, Performance Art, and Installation*. Cambridge, Mass. u.a.: MIT Press 2007.
- Döring, Jörg; Tristan Thielmann (Hrsg.): *Spatial Turn: Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. Bielefeld: transcript 2008.
- Dovey, Jon: „Time Slice: Web Drama and the Attention Economy“. In: Grainge (Hrsg.): *Ephemeral Media*, S. 138–155.
- Downey, John; Natalie Fenton: „New Media, Counter Publicity and the Public Sphere“. In: *New Media & Society* 5 (2003), H. 2, S. 185–202.
- Drewes, Miriam: „Linie, Kreis, Polygon: Matthew Barney's CREMASTER Cycle aus narratologischer Sicht“. In: Christiane Hille; Julia Stenzel (Hrsg.): *CREMASTER ANATOMIES. Beiträge zu Matthew Barney's ‚CREMASTER Cycle‘ aus den Wissenschaften von Kunst, Theater und Literatur*. Bielefeld: transcript 2014, S. 57–78.

- Dreyer, Matthias: „Demokratische Ästhetik. Überlegungen zum zeitgenössischen Theater der Teilhabe“. In: Myrna-Alice Prinz-Kiesbüye; Yvonne Schmidt; Pia Stricker (Hrsg.): *Theater und Öffentlichkeit. Theatervermittlung als Problem*. Zürich: Chronos Verlag 2012, S. 77–89 (=Materialien des ITW Bern 11).
- Dreyse, Miriam: „Wohnzimmer, U-Bahnhöfe, Parkplätze und Selbstbespiegelungen. Zu den frühen Arbeiten von Gob Squad“. In: *Forum Modernes Theater* 21 (2006), H. 1, S. 53–60.
- Drücke, Ricarda: *Politische Kommunikationsräume im Internet. Zum Verhältnis von Raum und Öffentlichkeit*. Bielefeld: transcript 2013.
- D’Urso, Sandra: „On the Theology of Romeo Castellucci’s Theatre and the Politics of the Christian ‚Occupation‘ of His Stage“. In: *Theatre Research International* 38 (2013), H. 1, S. 34–46.
- Durth, Werner: *Die Inszenierung der Alltagswelt. Zur Kritik der Stadtgestaltung*. Braunschweig: Vieweg 1977 (=Bauwelt-Fundamente Bd. 47).
- Eco, Umberto: „Für eine semiologische Guerilla“ [1967]. In: Ders.: *Über Gott und die Welt. Essays und Glossen*. Aus dem Italienischen von Burkhard Kroeber. München: dtv 1987.
- Einspänner-Pflock, Jessica; Mark Dang-Anh; Caja Thimm (Hrsg.): *Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz*. Münster: Lit-Verlag 2014 (=Bonner Beiträge zur Onlineforschung Bd. 4).
- Einspänner-Pflock, Jessica; Mark Dang-Anh; Caja Thimm: „Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz. Zur Einleitung“. In: Dies. (Hrsg.): *Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz*, S. 5–14.
- El Difraoui, Asiem: „Die Web 2.0-Revolution und die arabischen Revolutionäre. Die Rolle der neuen Medien als politische Infrastruktur“. In: Schröder (Hrsg.): *Die Web-Revolution*, S. 201–219.
- Elia-Borer, Nadja; Samuel Sieber; Georg Christoph Tholen (Hrsg.): *Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien*. Bielefeld: transcript 2011.
- Enzensberger, Hans Magnus: „Baukasten zu einer Theorie der Medien“. In: *Kursbuch* 20 (1970), S. 159–186.
- Epping-Jäger, Cornelia: *Die Inszenierung der Schrift. Der Literalisierungsprozess und die Entstehungsgeschichte des Dramas*. Stuttgart: M und P Verlag 1996.

QUELLENVERZEICHNIS

- Ernst, Wolf-Dieter: „Akteure im Netz. Rimini Protokolls Call Cutta und die Unwahrscheinlichkeit der Kommunikation“. In: Hajo Kurzenberger; Hanns-Josef Ortheil; Matthias Rebstock (Hrsg.): *Kollektive in den Künsten*. Hildesheim: Georg Olms Verlag 2008, S. 179–191 (=Medien und Theater Bd. 10).
- Ernst, Wolf-Dieter; Meike Wagner: „Performanz des Netzes. Prolegomena zu einer Netzwerk-Perspektive in der Theaterwissenschaft“. In: *Forum Modernes Theater* 22 (2007), H. 2, S. 197–210.
- Ernst, Wolf-Dieter: „Akteur-Netzwerke und Performance-Analyse. Gob Squads Room Service“. In: Bairlein; Balme; Brincken u.a. (Hrsg.): *Netzkulturen*, S. 57–80.
- Etling, Bruce; John Kelly; Robert Faris; John Palfrey: „Mapping the Arabic blogosphere. Politics and dissent online“. In: *New Media & Society* 12 (2010), H. 8, S. 1225–1243.
- Eumann, Jan Marc; Frauke Gerlach; Tabea Rößner u.a. (Hrsg.): *Medien, Netz, Gesellschaft*. Essen: Klartext 2013.
- Fanger, Heiner; Thorsten Halling: „Netzwerke. Allgemeine Theorie oder Universalmetapher in den Wissenschaften. Ein transdisziplinärer Überblick“. In: Dies. (Hrsg.): *Netzwerke. Allgemeine Theorie oder Universalmetapher in den Wissenschaften. Ein transdisziplinärer Überblick*. Bielefeld: transcript 2009, S. 267–285.
- Farmer, Frank: *After the Public Turn. Composition, Counterpublics, and the Citizen Bricoleur*. Boulder, Colorado: Utah State University Press 2013.
- Fenton, Natalie: *Digital, Political, Radical*. Cambridge: Polity 2016.
- Fenton, Natalie: „Mediating hope. New Media, politics and resistance“. In: *International Journal of Cultural Studies* 11 (2008), H. 2, S. 230–248.
- Fischer-Lichte, Erika: *Performativität. Eine Einführung*. Bielefeld: transcript 2012.
- Fischer-Lichte, Erika; Christian Horn; Isabel Pflug; Matthias Warstatt (Hrsg.): *Inszenierung von Authentizität*. Tübingen: Francke, 2. Auflage, 2007.
- Fischer-Lichte, Erika; Doris Kolesch, Matthias Warstatt (Hrsg.): *Metzler Lexikon Theatertheorie*. Stuttgart u.a.: Metzler 2005.
- Fischer-Lichte, Erika; Christian Horn; Sandra Umathum; Matthias Warstat (Hrsg.): *Theatralität als Modell in den Kulturwissenschaften*. Tübingen / Basel: Francke 2004 (=Theatralität Bd. 6).
- Fischer-Lichte, Erika: „Einleitung: Theatralität als kulturelles Modell“. In: Dies.; Christian Horn, Sandra Umathum; Matthias Warstat (Hrsg.): *Theatralität als Modell in den Kulturwissenschaften*. Tübingen / Basel: Francke 2004 (=Theatralität Bd. 6), S. 7–26.

- Fischer-Lichte, Erika: *Ästhetik des Performativen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2004 (=edition suhrkamp 2373).
- Fischer-Lichte, Erika: „Inszenierung und Theatralität“. In: Willems; Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft*, S. 81–90.
- Foucault, Michel: *Die Ordnung des Diskurses* [*L'ordre du discours*, 1972]. Aus dem Französischen von Walter Seitter. München: Fischer Taschenbuch Verlag, 12. Auflage, 2012.
- Foucault, Michel: *Dits et Ecrits: Schriften* Bd. III. Herausgegeben von Daniel Defert und François Ewald. Paris: Gallimard 1994.
- Foucault, Michel: *Dispositive der Macht. Über Sexualität, Wissen und Wahrheit*. Aus dem Französischen von Jutta Kranz. Herausgegeben von François Ewald. Berlin: Merve 1978.
- Foucault, Michel: *Sexualität und Wahrheit I: Wille zum Wissen*. [*Histoire de la sexualité: La volonté de savoir*, 1976]. Aus dem Französischen von Ulrich Raulf und Walter Seitter. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1977.
- Foucault, Michel: *Archäologie des Wissens* [*Archéologie du savoir*, 1969]. Aus dem Französischen von Ulrich Koppen. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1973.
- Foucault, Michel: „Was ist ein Autor?“ [„Qu'est-ce qu'un auteur?“, 1969]. Aus dem Französischen von Karin Hofer und Anneliese Botont. In: Jannidis; Lauer; Martinez; Winko (Hrsg.): *Texte zur Theorie der Autorschaft*, S.198–229.
- Frank-Job, Barbara; Alexander Mehler; Tilmann Sutter (Hrsg.): *Die Dynamik sozialer und sprachlicher Netzwerke. Konzepte, Methoden und empirische Untersuchungen an Beispielen des WWW*. Wiesbaden: VS Verlag 2013.
- Fraser, Nancy: „Rethinking the Public Sphere. A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy“. In: *Social Text* 25/26 (1990), S. 56–80. Erneut abgedruckt in: Calhoun (Hrsg.): *Habermas and the Public Sphere*.
- Fraser, Nancy: „Transnationalizing the Public Sphere. On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World“. In: *Theory, Culture & Society* 24 (2007), H. 4, S. 7–30.
- Freelon, Deen G.: „Analyzing online political discussion using three models of democratic communication“. In: *New Media & Society* 12 (2010), H. 7, S. 1172–1190.
- Freyermuth, Gundolf S.: „Netzwerke“. In: Roesler; Stiegler (Hrsg.): *Medientheorie*, S. 200–210.
- Früchtl, Josef; Jörg Zimmermann (Hrsg.): *Ästhetik der Inszenierung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001.

QUELLENVERZEICHNIS

- Früchtl, Josef; Jörg Zimmermann: „Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines gesellschaftlichen, individuellen und kulturellen Phänomens“. In: Dies. (Hrsg.): *Ästhetik der Inszenierung*, S. 9–47.
- Früh, Werner: *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. Konstanz: UVK, 6. überarb. Auflage, 2007.
- Garnham, Nicholas: „The Media and the Public Sphere“. In: Calhoun (Hrsg.): *Habermas and the Public Sphere*, S. 359–376.
- Gebauer, Gunter; Christoph Wulf: *Mimesis. Kultur – Kunst – Gesellschaft*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1992.
- Gehl, Robert: „YouTube as archive. Who will curate this digital wunderkammer?“. In: *International Journal of Cultural Studies* 12 (2009), H. 1, S. 43–60.
- Genette, Gérard: *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*. Frankfurt / New York: Campus-Verlag 1989.
- Gere, Charlie: „The history of network art“. In: Tom Corby (Hrsg.): *Network Art. Practices and Positions*. London/New York: Routledge 2006, S. 11–23.
- Gerlach, Nina: „Online-Videoportale als hybride Ausstellungsräume des postmedialen Zeitalters und das kunstwissenschaftliche Instrument der kognitiven Metapher“. In: *Zeitschrift für Kunstgeschichte* 77 (2014), H. 1, S. 117–130.
- Gestrich, Andreas: „The Public Sphere and the Habermas Debate“. In: *German History* 23 (2006), H. 3, S. 413–430.
- Gil de Zúñiga, Homero; Eulàlia Puig-I-Abril; Hernando Rojas: „Weblogs, traditional sources online and political participation. An assessment of how the internet is changing the political environment“. In: *New Media & Society* 11 (2009), H. 4, S. 553–574.
- Gimeno, Jacques D. M; Bradley C. Freeman: „Videoblogging‘ Human Rights on YouTube. An Ethical Dilemma“. In: Robert A. Cropp; William S. Krummenacher (Hrsg.): *Information communication technologies and the virtual public sphere. Impact of network structures on civil society*. Hershey PA: Information Science Reference 2011, S. 116–140.
- Gimmler, Antje: „Deliberative Demokratie, Öffentlichkeit und das Internet“. In: Mike Sandbothe; Winfried Marotzki (Hrsg.): *Subjektivität und Öffentlichkeit. Kulturwissenschaftliche Grundlagenprobleme virtueller Welten*. Köln: Halem 2000, S. 191–208.
- Glaser, Barney G.; Anselm L. Strauss: *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*. Bern: Hans Gruber 2005 [1967].
- Glesner, Julia: *Theater und Internet. Zum Verhältnis von Kultur und Technologie im Übergang zum 21. Jahrhundert*. Bielefeld: transcript 2005.

- Gob Squad: *Gob Squad Lesebuch. Gob Squad und der unmögliche Versuch daraus klug zu werden*. Berlin: Gob Squad 2010.
- Goffman, Erving: *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen* [Frame Analysis, 1974]. Aus dem Englischen von Hermann Vetter. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1980.
- Goffman, Erving: *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag* [The Presentation of Self in Everyday Life, 1959]. Aus dem Englischen von Peter Weber-Schäfer. München: Piper, 9. Auflage, 2011 [1969].
- Goldberg, Greg: „Rethinking the public/virtual sphere. The problem with participation“. In *New Media & Society* 13 (2011), H. 5, S. 739–754.
- Goldberg, RoseLee: *Performance Art. From Futurism to the Present*. London: Thames & Hudson 1988.
- Grainge, Paul (Hrsg.): *Ephemeral Media. Transitory Culture from Television to YouTube*. London: Palgrave Macmillan 2011.
- Greenberg, Clement: „Modernistische Malerei (1960)“. In: Ders.: *Die Essenz der Moderne. Ausgewählte Essays und Kritiken*. Hrsg. von Karlheinz von Lüdeking. Aus dem Englischen von Christoph Hollender. Amsterdam u.a.: Verl. der Kunst 1997.
- Grizelj, Marco: „Medien“. In: Oliver Jahraus; Armin Nassehi (Hrsg.): *Luhmann-Handbuch. Leben, Werk, Wirkung*. Stuttgart: Metzler 2012, S. 99–101.
- Grünzweig, Walter; Martin Solbach (Hrsg.): *Grenzüberschreitungen: Narratologie im Kontext. Transcending Boundaries: Narratology in Context*. Tübingen: Narr 1999.
- Grunwald, Armin; Gerhard Banse; Christopher Coenen: *Netzöffentlichkeit und digitale Demokratie. Tendenzen politischer Kommunikation im Internet*. Berlin: edition sigma 2006 (=Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag Bd. 18).
- Grusin, Richard: „YouTube at the End of New Media“. In: Vonderau, Snickers (Hrsg.): *The YouTube Reader*, S. 60–67.
- Gunning, Tom: „The Cinema of Attractions. Early Films, Its Spectator and the Avant-Garde“. In: Thomas Elsaesser; Adam Barker (Hrsg.): *Early Cinema. Space, Frame, Narrative*. London: British Film Institute 1990, S. 56–62.
- Gustafson, Sandra: „American Literature and the Public Sphere“. In: *American Literary History* 20 (2008), H. 3, S. 465–478.
- Habermas, Jürgen: *Ach, Europa*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2008 (=Kleine politische Schriften Bd. 11).
- Habermas, Jürgen: „Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research“. In: *Communication Theory* 16 (2006), H. 4, S. 411–426.

QUELLENVERZEICHNIS

- Habermas, Jürgen: *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1992.
- Habermas, Jürgen: *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1990 [1962].
- Habermas, Jürgen: *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1984.
- Habermas, Jürgen: *Theorie des kommunikativen Handelns*. 2Bd. Bd.1: *Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung*. Bd. 2: *Kritik der funktionalistischen Vernunft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1981.
- Habermas, Jürgen: „Further Reflections on the Public Sphere“. In: Calhoun (Hrsg.): *Habermas and the Public Sphere*, S. 421–461.
- Habit, Daniel: *Die Inszenierung Europas? Kulturhauptstädte zwischen EU-Europäisierung, Cultural Governance und lokalen Eigenlogiken*. Münster: Waxmann u.a. 2011.
- Hanfeld, Michael: „Fakten schaffen. Was passiert, wenn sich Facebook um ‚Fake News‘ kümmert“. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (04.08.2017), S. 13.
- Hans, Jan: „Das Medien-Dispositiv“. In: *Tiefenschärfe* (2001), H. 2, S. 22–29.
- Heidenreich, Stefan: „Vision Possible: A Methodological Quest for Online Video“. In: Lovink; Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 13–24.
- Hempfer, Klaus W.; Jörg Volbers (Hrsg.): *Theorien des Performativen. Sprache - Wissen - Praxis. Eine kritische Bestandsaufnahme*. Bielefeld: transcript 2011.
- Hensel, Thomas; Jens Schröter: „Die Akteur-Netzwerk-Theorie als Herausforderung der Kunstwissenschaften“. In: *Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft* 57 (2012), H. 1, S. 5–18.
- Hepp, Andreas; Friedrich Krotz; Shaun Moores; Carsten Winter (Hrsg.): *Konnektivität, Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie*. Wiesbaden: VS Verlag 2006.
- Hepp, Andreas; Rainer Winter (Hrsg.): *Kultur-Medien-Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. Wiesbaden: VS Verlag, 3. überarb. und erw. Auflage, 2006.
- Hepp, Andreas: „Translokale Medienkulturen: Netzwerke der Medien und Globalisierung“. In: Ders.; Krotz; Moores u.a. (Hrsg.): *Konnektivität, Netzwerk und Fluss*, S. 43–68.
- Hickethier, Knut: *Einführung in die Medienwissenschaft*. Stuttgart / Weimar: Metzler 2003.

- Hickethier, Knut: „Dispositiv Fernseher. Skizze eines Modells“. In: *montage/AV 4* (1995), H. 1, S. 63–84.
- Hickethier, Knut: „Das ‚Medium‘, die ‚Medien‘ und die Medienwissenschaft“. In: Rainer Bohn; Eggo Müller; Rainer Ruppert (Hrsg.): *Ansichten einer künftigen Medienwissenschaft*. Berlin: edition sigma 1988, S. 51–74 (=Sigma-Medienwissenschaft 1).
- Hickethier, Knut: „Klassiker im Fernsehen. Fernsehtheater oder Theater im Fernsehen?“. In: *TheaterZeitSchrift* 11 (1985), S. 102–117.
- Hickethier, Knut; Joan Kristin Bleicher: „Die Inszenierung der Information im Fernsehen“. In: Willems; Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft*, S. 369–383.
- Höflich, Joachim R.: „Zwischen massenmedialer und technisch vermittelter interpersonalen Kommunikation. Der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen“. In: Klaus Beck; Gerhard Vowe (Hrsg.): *Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation?*. Berlin: Wissenschaftsverlag Spiess 1997, S. 85–104.
- Hohendahl, Peter Uwe: *Öffentlichkeit. Geschichte eines kritischen Begriffs*. Stuttgart: Metzler 2000, S. 12ff.
- Hölscher, Lucian: *Öffentlichkeit und Geheimnis. Eine begriffsgeschichtliche Untersuchung zur Entstehung der Öffentlichkeit in der frühen Neuzeit*. Stuttgart: Klett-Cotta 1979.
- Holzer, Boris: *Netzwerke*. Bielefeld: transcript 2006.
- Horkheimer, Max; Theodor W. Adorno: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente* [1944]. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag 1981 (=Gesammelte Schriften von Theodor W. Adorno. Herausgegeben von Rolf Tiedemann Bd. 3).
- Iko, Mizuto: „Introduction“. In: Varnelis (Hrsg.): *Networked Publics*, S. 1–14.
- Irmer, Thomas: „Die Typen im Pullover. Ungarns Regierung macht europaweit Negativschlagzeilen: Mediengesetz, Kultureinsparungen und eine Atmosphäre der Künstlerdiffamierung. Doch wie sieht es an den Theatern aus? Ein Bericht aus Budapest“. In: *Theater heute* 52 (2011), H. 5, S. 48–51.
- Iser, Wolfgang: *Das Fiktive und das Imaginäre. Perspektiven einer literarischen Anthropologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1991.
- Iser, Wolfgang: *Der implizite Leser*. München: Fink 1972.
- Jäckel, Michael; Gerrit Fröhlich: „Das aktive Publikum – eine Ortsbestimmung“. In: Barbara Frank-Job; Alexander Mehler; Tilmann Sutter (Hrsg.): *Die Dynamik sozialer und sprachlicher Netzwerke*, S. 91–102.
- Jannidis, Fotis; Gerhard Lauer; Matias Martinez; Simone Winko (Hrsg.): *Texte zur Theorie der Autorschaft*. Stuttgart: Reclam 2000.

QUELLENVERZEICHNIS

- Jannidis, Fotis; Gerhard Lauer; Matias Martinez, Simone Winko (Hrsg.): *Rückkehr des Autors. Zur Erneuerung eines umstrittenen Begriffs*. Tübingen: Niemeyer 1999.
- Jarren, Otfried: „Internet – neue Chancen für die politische Kommunikation?“. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 40 (1998), S. 13–21.
- Jarren, Otfried: „Politische Öffentlichkeit und politische Kommunikation durch Internet?“. In: *Medienwissenschaft Schweiz* 20 (1997), S. 28–37.
- Jenkins, Henry: „What Happened Before YouTube?“. In: Jean Burgess; Joshua Green: *YouTube. Online Video and Participatory Culture*. Cambridge u.a.: Polity 2009, S. 109–125.
- Jenkins, Henry: *Convergence Culture. Where old and new media collide*. New York/London: New York University Press 2006.
- Jones, Amelia: „The Artist is Present‘. Artistic Re-enactments and the Impossibility of Presence“. In: *TDR. The Drama Review* 55 (Frühling 2011), Nr. 1, S. 16–45.
- Jungherr, Andreas: „Das Internet in der politischen Kommunikation: Forschungsstand und Perspektiven“. In: *Politische Vierteljahresschrift* 58 (2017), H. 2, S. 284–315.
- Kahn, Richard; Douglas Kellner: „New media and internet activism. From the ‚Battle of Seattle‘ to blogging“. In: *New Media & Society* 6 (2004), H. 1, S. 87–95.
- Kamper, Dietmar: *Kultargesellschaft. Inszenierte Ereignisse*. Berlin: Ästhetik und Kommunikation-Verlag 1987.
- Kant, Immanuel: „Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?“. In: *Berlinische Monatsschrift* (1784), H. 12, S. 481–494.
- Kardaun, Maria: *Der Mimesisbegriff in der griechischen Antike. Neubetrachtung eines umstrittenen Begriffs als Ansatz zu einer neuen Interpretation der platonischen Kunstauffassung*. Amsterdam u.a.: North-Holland 1993.
- Karpinen, Kari; Hallvard Moe; Jakob Svensson: „Habermas, Mouffe and Political Communication. A Case for Theoretical Eclecticism“. In: *Javnost – The Public* 15 (2008), H. 3, S. 5–22.
- Kattenbelt, Chiel: „Multi- Trans- und Intermedialität. Drei unterschiedliche Perspektiven auf die Beziehungen zwischen den Medien“. In: Schoenmakers; Bläske; Kirchmann u.a. (Hrsg.): *Theater und Medien*, S. 125–132.
- Katzenbach, Christian: *Weblogs und ihre Öffentlichkeiten. Motive und Strukturen der Kommunikation im Web 2.0*. München: Fischer Verlag 2008 (=Internet Research Bd. 32).
- Kavoori, Anandam P: *Reading YouTube. The critical viewers guide*. New York: Lang 2011.

- Keienburg, Johannes: *Immanuel Kant und die Öffentlichkeit der Vernunft*. Berlin/New York: Walter de Gruyter 2011 (=Kantstudien 164).
- Kim, Jin: „The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content“. In: *Media, Culture & Society* 34 (2012), H. 1, S. 53–67.
- Kittler, Friedrich: *Grammophon Film Typewriter*. Berlin: Brinkmann & Bose 1986.
- Klass, Nadine: „Das Urheberrecht unter Druck“. In: Eumann; Gerlach; Rößner u.a. (Hrsg.): *Medien, Netz, Öffentlichkeit*, S. 195–202.
- Klaus, Elisabeth; Ricarda Drüeke (Hrsg.): *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde*. Berlin: transcript 2017.
- Kligler-Vilenchik, Neta; Kjerstin Thorson: „Good citizenship as a frame contest: Kony2012, memes, and critiques of the networked citizen“. In: *New Media & Society* 18 (2016), H.9, S. 1993–2011.
- Klinger, Barbara: „Re-enactment: Fans Performing Movie Scenes from the Stage to YouTube“. In: Grainge (Hrsg.): *Ephemeral Media*, S. 195–213.
- Kloock, Daniela; Angela Spahr: *Medientheorien. Eine Einführung*. München: UTB, 2. Auflage, 2000 (=UTB für Wissenschaft 1986).
- Knieper, Thomas; Marion G. Müller: *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*. Köln: Halem 2003.
- Koch, Gertrud; Martin Vöhler; Christiane Voss (Hrsg.): *Die Mimesis und ihre Künste*. München: Wilhelm Fink 2010.
- Koller, Andreas: „The Public Sphere and Comparative Historical Research. An Introduction“. In: *Social Science History* 34 (2010), H. 3, S.261–290.
- Kølvraa, Christoffer; Carsten Stage: „Street Protests and Affects on YouTube. Investigating DIY Videos of Violent Street Protests as an Archive of Affect and Event Desire“. In: *Culture Unbound* 8 (2016), S. 122–143.
- Kortmann, Christian: „Wir rufen die 110. Kann man das Internetportal YouTube ausstellen? Hannover, die Geburtsstadt des binären Zahlensystems, hat es versucht“. In: *Süddeutsche Zeitung* (27.01.2009), S. 13.
- Kracauer, Siegfried: *Theorie des Films. Die Errettung der äußeren Wirklichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1964.
- Krämer, Sybille (Hrsg.): *Performativität und Medialität*. München: Wilhelm Fink Verlag 2004.
- Krämer, Sybille: „Was haben die Medien, der Computer und die Realität miteinander zu tun? Zur Einleitung in diesem Band“. In: Dies. (Hrsg.): *Medien Computer Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1998, S. 9–26.

QUELLENVERZEICHNIS

- Krieger, David J.; Andréa Belliger: *Interpreting Networks. Hermeneutics, Actor-Networks Theory & New Media*. Bielefeld: transcript 2014.
- Kristeva, Julia (Hrsg.): *Die Revolution der poetischen Sprache*. Übers. aus dem Französischen von Rainold Werner. Frankfurt: Suhrkamp 1978 (=edition suhrkamp Bd. 949).
- Krotz, Friedrich: *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag 2007.
- Krotz, Friedrich: *Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die heuristische Sozialforschung und die Ethnografie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung*. Köln: Halem 2005.
- Krüger, Christian; Matthias Müller-Hennig (Hrsg.): *Greenpeace auf dem Wahrnehmungsmarkt. Studien zur Kommunikationspolitik und Medienresonanz*. Münster: Lit-Verlag 2000.
- Krüger, Christian; Matthias Müller-Hennig: „Wahrnehmungsprozesse, Kommunikationspolitik. Greenpeace als Unikum und Exempel. Statt einer Einleitung“. In: Dies. (Hrsg.): *Greenpeace auf dem Wahrnehmungsmarkt*, S. 9–16.
- Kuckartz, Udo: *Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten*. Wiesbaden: VS Verlag, 3. Auflage, 2010.
- Kugler, Christine; Kurt, Ronald: „Inszenierungsformen und Glaubwürdigkeit im Medium Fernsehen. Politiker zwischen Ästhetisierung und Alltagspragmatik“. In: Erika Fischer-Lichte; Christian Horn; Isabel Pflug; Matthias Warstatt (Hrsg.): *Inszenierung von Authentizität*. Tübingen: Francke, 2. Auflage, 2007, S. 149–162.
- Laclau, Ernesto; Chantal Mouffe: *Hegemony & socialist strategy. Towards a radical democratic politics*. London: Verso 1985.
- Lasn, Kalle: *Culture Jamming. Die Rückeroberung der Zeichen* [Culture Jam, 1999], Freiburg: Orange Press 2005.
- Latour, Bruno: „Networks, Societies, Spheres. Reflections of an Actor-Network Theorist“. In: *International Journal of Communication* 5 (2011), S. 796–810.
- Latour, Bruno: *Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie* [Reassembling The Social. Introduction to Actor-Network-Theory, 2005]. Aus dem Englischen von Gustav Roßler. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2010 (=suhrkamp taschenbuch wissenschaft 1967).
- Latour, Bruno: „Gebt mir ein Laboratorium und ich werde die Welt aus den Angeln heben“. In: Belliger; Krieger (Hrsg.): *ANTology*, S. 103–134.
- Latour, Bruno: „Technik ist stabilisierte Gesellschaft“. In: Belliger; Krieger (Hrsg.): *ANTology*, S. 369–397.

- Latour, Bruno: *Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft* [*Pandora's Hope. Essays on the Reality of Science Studies*, 1999]. Aus dem Englischen von Gustav Roßler. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2000.
- Lazarowicz, Klaus; Christopher Balme (Hrsg.): *Texte zur Theorie des Theaters*. Stuttgart: Reclam 1991.
- Lecker, Martina: „Intermediale Performances. Vom Umgang mit Medienkonvergenz 1966/2001“. In: Nadja Elia-Borer; Samuel Sieber; Georg Christoph Tholen (Hrsg.): *Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien*. Bielefeld: transcript 2011, S. 87–108.
- Lecker, Martina (Hrsg.): *Maschinen, Medien, Performances. Theater an der Schnittstelle zu digitalen Welten. Dokumentation und Ergebnisse der Sommerakademie, Theater und Neue Medien – Interaktion und Wirklichkeit zur Weiterbildung von Theaterkünstlern in Praxis und Theorie des Umgangs mit digitalen Techniken im Theater, Hellerau 1999*. Berlin: Alexander Verlag 2001.
- Lefebvre, Henri: „Die Produktion des Raums“. In: Jörg Dünne; Stephan Günzel (Hrsg.): *Raumtheorien. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2006, S. 330–342.
- Lefebvre, Henri: *The Production of Space* [*La production de l'espace*, 1974]. Übersetzt aus dem Französischen von Donald Nicholson-Smith. London: Blackwell 1992.
- Leggewie, Claus; Christa Maar (Hrsg.): *Internet & Politik. Von der Zuschauer- zur Beteiligungsdemokratie?*. Köln: Bollmann 1998.
- Lehmann, Hans-Thies: *Postdramatisches Theater*. Frankfurt am Main: Verlag der Autoren 1999.
- Lehner, Gertrud: *Mit dem Handy in die Peepshow. Die Inszenierung des Privaten im öffentlichen Raum*. Berlin: Aufbau-Verlag 1999.
- Lessing, Gotthold Ephraim: *Laokoon oder über die Grenzen der Malerei und Poesie. Mit beiläufigen Erläuterungen verschiedener Punkte der alten Kunstgeschichte* [1766]. Mit einem Nachwort von Ingrid Kreuzer. Stuttgart: Reclam 2010.
- Levin, Laura; Marlis Schweitzer: „Editorial Performing Publics“. In: *Theater Research International* 16 (2011), H. 2, S. 1–6.
- Lewald, August: „In die Szene setzen“. In: *Allgemeine Theater-Revue* 3 (1838), S. 251–257. Wieder abgedruckt in: Klaus Lazarowicz; Christopher Balme (Hrsg.): *Texte zur Theorie des Theaters*. Stuttgart: Reclam 1991, S. 306–311.
- Lim, Joon Soo; Guy J. Golan: „Social Media Activism in Response to the Influence of Political Parody Videos on YouTube“. In: *Communication Research* 38 (2011), H. 5, S. 710–727.

QUELLENVERZEICHNIS

- Lim, Merlyna; M. E Kann: „Politics: Deliberation, Mobilization and Networked Practices of Agitation“. In: Varnelis (Hrsg.): *Networked Publics*, S. 77–107.
- Lindgren, Simon: „YouTube gunmen? Mapping participatory media discourse on school shooting videos“. In: *Media, Culture & Society* 33 (2011), H. 1, S. 123–136.
- Lister, Martin; Jon Dovey, Seth Giddings, Ian Grant, Kieran Kelly: *New Media. A Critical Introduction*. London/New York: Routledge 2003.
- Loosen, Wiebke; Jan-Hinrik Schmidt: „(Re-)Discovering the Audience. The relationship between journalism and audience in networked digital media“. In: *Information, Communication & Society* 15 (2012), H. 6, S. 1–21.
- Lovink, Geert: *Im Bann der Plattformen. Die nächste Runde der Netzkritik*. Aus dem Englischen von Andreas Kallfelz. Bielefeld: transcript 2017.
- Lovink, Geert: *Das Halbwegs Soziale. Eine Kritik der Vernetzungskultur*. Übersetzt aus dem Englischen von Andreas Kallfelz. Bielefeld: transcript 2012.
- Lovink, Geert: *Zero Comments. Elemente einer kritischen Internetkultur*. Bielefeld: transcript 2008, S. 85.
- Low, John: „Notizen zur Akteur-Netzwerk-Theorie“. In: Belliger; Krieger (Hrsg.): *ANTology*, S. 429–446.
- Luhmann, Niklas: *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997.
- Luhmann, Niklas: *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 2. erw. Auflage, 1996.
- Luhmann, Niklas: *Die Kunst der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1995.
- Luhmann, Niklas: *Soziologische Aufklärung 5. Konstruktivistische Perspektiven*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 2. Auflage, 1993.
- Luhmann, Niklas: *Ökologische Kommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1986.
- Luhmann, Niklas: *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1984 (=suhrkamp taschenbuch wissenschaft 666).
- Maletzke, Gerhard: *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut 1972, S. 24.
- Manovich, Lev: *The Language of New Media*. Cambridge, Mass. u.a: MIT Press 2001.
- Marchessault, Janine; Susan Lord (Hrsg.): *Fluid screens, expanded cinema*. Toronto: University of Toronto Press 2007.

- Marek, Roman: *Understanding YouTube. Über die Faszination eines Mediums*. Bielefeld: transcript 2013.
- Marschall, Stefan: „Alte und neue Öffentlichkeiten. Strukturmerkmale politischer Öffentlichkeit im Internet“. In: Klaus Kamps (Hrsg.): *Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1999, S. 109–126.
- Martin, Barnaby: *Hanging Man. The Arrest of Ai Weiwei*. London: Faber and Faber 2013.
- März, Annegret: „Von der Straße ins Netz und zurück. Culture Jamming als Medien- und Konzernkritik in Protestkampagnen“. In: Dies.; Daniel Müller (Hrsg.): *Internet. Öffentlichkeit(en) im Umbruch*. Marburg: Schüren 2008, S. 73–91 (=Navigationen Bd. 8, H. 2).
- Massey, Doreen: *Space, Place and Gender*. Minneapolis: University of Minnesota Press 1994.
- May, Albert L.: „Who Tube? How YouTube's News and Politics Space Is Going Mainstream“. In: *The International Journal of Press/Politics* 15 (2010), H. 4, S. 499–511.
- Mayer, Ralf: *Inszenierung und Optimierung des Selbst. Zur Analyse gegenwärtiger Selbsttechnologien*. Wiesbaden: Springer VS Verlag 2013.
- Mayring, Philipp: *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim; Basel: Beltz Verlag, 10. neu ausgestattete Auflage, 2008.
- Mazali, Tatjana: „Social Media as a New Public Sphere“. In: *Leonardo* 44 (2011), H. 3, S. 290–291.
- McCosker, Anthony: „Trolling as provocation. YouTube's agonistic publics“. In: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 20 (2014), H. 2, S. 201–217.
- McGetrick, Brendan: „Sunflower Seeds. Everything is Necessary“. In: Tate Modern (Hrsg.): *Ai Weiwei. Art, Architecture, Activism*, S. 94–109. Zuerst abgedruckt in: Ausst. Kat. *Ai Weiwei: Sunflower Seeds*. Hrsg. von Juliet Bingham. Installation in der Tate Modern London 2010.
- McKee, Alan: „YouTube versus the National Film and Sound Archive: Which Is the More Useful Resource for Historians of Australian Television?“. In: *Television & New Media* 12 (2011), H. 2, S. 154–173.
- McLuhan, Marshall: *Die magischen Kanäle. Understanding Media*. Dresden/Basel: Verlag der Kunst, 2. erw. Auflage, 1995 [1964].
- McLuhan, Marshall: *The medium is the message. An inventory of effects*. Harmondsworth / Middlesex: Penguin Books 1967.
- Meier, Klaus: „Alte und neue Formen politischer Öffentlichkeit“. In: Michael Schröder (Hrsg.): *Die Web-Revolution. Das Internet verändert Politik und Medien*. München: Olzog 2012, S. 87–106.

QUELLENVERZEICHNIS

- Meyer, Thomas: *Politik als Theater. Die neue Macht der Darstellungskunst*. Berlin: Aufbau-Verlag 1998.
- Mikos, Lothar: „Die Inszenierung von Privatheit: Selbstdarstellung und Diskurspraxis in Daily Talks“. In: Willems, Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft*, S. 435–451.
- Miller, Kiri: *Playing along. Digital games, YouTube, and virtual performance*. Oxford/New York: Oxford University Press 2012.
- Mitchell, W. J. T.: *What do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press 2005.
- Morozov, Evgeny: *The Net Delusion. How not to Liberate the World*. London: Allen Lane 2011.
- Mouffe, Chantal: *Agonistics. Thinking the World Politically*. London / New York: Verso 2013.
- Mouffe, Chantal: „Artistic Activism and Agonistic Spaces“. In: *Art & Research. A Journal of Ideas, Contexts and Methods* 1 (2007), H. 2, S. 2–5.
- Mouffe, Chantal: „Deliberative Democracy or Agonistic Pluralism?“. In: *Dialogue International Edition* (1998), H. 7/8, S. 9–21.
- Müller, Jürgen: „Intermedialität als poetologisches und medientheoretisches Konzept. Einige Reflexionen zu dessen Geschichte“. In: Jörg Helbig (Hrsg.): *Intermedialität. Theorie und Praxis eines interdisziplinären Forschungsgebiets*. Berlin: Erich Schmidt 1998, S. 32–40.
- Müller, Marion G.: *Grundlagen der visuellen Kommunikation*. Konstanz: UVK 2003 (=UTB für Wissenschaft Bd. 2414).
- Müller-Tischler, Uwe: „Die Wirklichkeitsfabrik. Der chinesische Künstler und Architekt Ai Weiwei will die Welt verändern“. In *Theater der Zeit* 68 (2014), H. 6, S. 8–10.
- Münker, Stefan: *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die sozialen Medien im Web 2.0*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2009 (=Edition Unseld 26).
- Munster, Anna: *An Aesthesia of Networks. A Conjunctive Experience in Art and Technology*. Cambridge, Mass: MIT Press 2013.
- Naveau, Manuela: *Crowd and Art – Kunst und Partizipation im Internet*. Bielefeld: transcript 2017.
- Negt, Oskar; Alexander Kluge: *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2. Auflage, 1973.
- Neidhardt, Friedhelm: „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“. In: Ders. (Hrsg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994, S. 7–41 (=Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34).

- Neuberger, Christoph; Christian Nuernbergk; Melanie Rieschke (Hrsg.): *Journalismus im Internet: Zwischen Profession, Partizipation und Technik*. Wiesbaden: VS Verlag 2009.
- Neuberger, Christoph; Christian Nuernbergk; Melanie Rieschke: „Journalismus im Internet: Zwischen Profession, Partizipation und Technik“. In: *Mediaperspektiven* (2009) H. 4, S. 174–188.
- Neumann-Braun, Klaus: „Homepages und Videoclip-Portale als Schauplätze theatraler Imagearbeit und ritueller Kommunikation von jungen Menschen“. In: Willems (Hrsg.): *Theatralisierung der Gesellschaft*, Bd. 2: *Medientheatralität und Medientheatralisierung*, S. 387–398.
- Neumayer, Christina: „Which alternative? A Critical Analysis of YouTube-Comments in Anti-Fascist Protest“. In: *tripleC. Cognition, Communication, Co-operation* 10 (2012), H.1, S. 56–65.
- Neverla, Irene (Hrsg.): *Das Netz-Medium. Kommunikationswissenschaftliche Aspekte eines Mediums in Entwicklung*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1998.
- Noelle-Neumann, Elisabeth: *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*. Frankfurt am Main/Wien: Ullstein 1982.
- Norris, Pippa: *Digital Divide: Civic engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press 2001.
- Nuernbergk, Christian: *Anschlusskommunikation in der Netzwerköffentlichkeit. Ein inhalts- und netzwerkanalytischer Vergleich der Kommunikation im Social Web zum G8-Gipfel von Heiligendamm*. Baden-Baden: Nomos 2013.
- Ochsner, Beate: „Von intermedialer Konvergenz zu ‚produsage‘ oder: Die neue Partizipationskultur im Musikvideo“. In: Elia-Borer; Sieber; Tholen (Hrsg.): *Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien*, S. 183–207.
- Oevermann, Ulrich; Jörg Tykwer: „Selbstinszenierung als reales Modell der Struktur von Fernsehkommunikation“. In: Stefan Müller-Dooß; Klaus Neumann-Braun: *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation*. Oldenburg 1991, S. 267–315.
- Otto, Ulf: *Internetauftritte. Eine Theatergeschichte der neuen Medien*. Bielefeld: transcript 2013.
- Paech, Joachim: „Überlegungen zum Dispositiv als Theorie medialer Topik“. In: *Medienwissenschaft* (1997), H. 4, S. 400–420.
- Paech, Joachim: „Das Sehen von Filmen und filmisches Sehen“. In: Knut Hickethier (Hrsg.): *Filmgeschichte schreiben. Ansätze, Entwürfe und Methoden*. Berlin: Edition Sigma 1989, S. 68–77.
- Papacharissi, Zizi: „The virtual sphere. The internet as a public sphere“. In: *New Media & Society* 4 (2002), H. 1, S. 9–27.

QUELLENVERZEICHNIS

- Parente, André; Victa de Carvalho: „Cinema as dispositive. Between Cinema and Contemporary Art“. In: *Cinémas* 19/1 (2008), S. 39.
- Paulsen, Kerstin: „Inszenierung von Autoren und Autorschaft im Internet“. In: Christine Künzel; Jörg Schönert (Hrsg.): *Autorinszenierungen. Autorschaft und literarisches Werk im Kontext der Medien*. Würzburg: Königshausen und Neumann 2007, S. 257–269.
- Pavis, Patrice: *Contemporary Mise en Scène. Staging Theatre Today*. [Mise en Scène contemporaine, 2007]. Übersetzt aus dem Französischen von Joel Anderson. London / New York: Routledge 2013.
- Pavis, Patrice: *Semiotik der Theaterrezeption*. Tübingen: Gunter Narr Verlag 1988 (=Acta Romanica. Kieler Publikationen zur Romanischen Philologie Bd. 6).
- Pavis, Patrice: „Der Metatext der Inszenierung“. In: Lazarowicz, Balme (Hrsg.): *Texte zur Theorie des Theaters*, S. 349–354.
- Perlot, Flooh: *Deliberative Demokratie und Internetforen – Nur eine virtuelle Diskussion?* Baden-Baden: Nomos 2008 (=Nomos Universitätschriften 157).
- Peters, Bernhard: *Der Sinn von Öffentlichkeit*. Herausgegeben von Hartmut Weßler. Mit einem Vorwort von Jürgen Habermas. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2007.
- Phelan, Peggy: *Unmarked. The Politics of Performance*. London / New York: Routledge 1993.
- Pietrobruno, Sheenagh: „YouTube and the social archiving of intangible heritage“. In: *New Media & Society* 15 (2013), Nr. 8, S. 1259–1276.
- Platon: *Der Staat (Politeia)*. Bearbeitet von Dietrich Kurz. Griechischer Text von Émile Chambry. Deutsche Übersetzung von Friedrich Schleiermacher. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1971 (=Werke in Acht Bänden. Griechisch und Deutsch. Herausgegeben von Gunther Eigler Bd.4).
- Plessner, Helmuth: „Zur Anthropologie des Schauspielers“ [1948]. In: Helmut Plessner: *Gesammelte Schriften* Bd. 7: *Ausdruck und menschliche Natur*. Herausgegeben von Günter Dux u.a. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1982, S. 399–418.
- Poster, Mark: „Elektronische Identitäten und Demokratie“. In: Stefan Münker; Alexander Rösler (Hrsg.): *Mythos Internet*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997, S. 147–170 (=edition suhrkamp 2010).
- Pranz, Sebastian: *Theatralität digitaler Medien. Eine wissenssoziologische Betrachtung medialisierten Alltagshandelns*. Wiesbaden: VS Verlag 2009.
- Prelinger, Rick: „The Appearance of Archives“. In: Snickars; Vonderau (Hrsg.): *The YouTube Reader*, S. 268–275.

- Primavesi, Patrick: „Moving Audiences. Strategies of Exposure in the Work of Gob Squad“. In: Maria Chatzichristodoulou; Janis Jefferies; Rachel Zerihan (Hrsg.): *Interfaces of Performance*. Farnham u.a.: Ashgate 2009, S. 95–105 (=Digital Research in the Arts and Humanities).
- Quickert, Anja: „Gott ist kein Demokrat“. In: *Theater heute* 55 (2014), H. 2, S. 48–52.
- Quíñones, Aenne; Gob Squad: „The spaces in between“. Gob Squad über Leerräume, Scheitern, Mikrokosmen und kollektives Arbeiten im Gespräch mit Aenne Quíñones“. Aus dem Englischen von Lilian-Astrid Geese. In: Spielmotor München e.V.: *Das Spielart-Festival in München 2013*. Konzeption von Sophie Becker. Berlin: *Theater der Zeit* 2013, S. 110–116.
- Rancière, Jacques: *Der emanzipierte Zuschauer [Le spectateur émancipé, 2008]*. Übersetzt aus dem Französischen von Richard Steurer. Herausgegeben von Peter Engelmann. Wien: Passagen Verlag 2009.
- Rasmussen, Terje: „The Significance of Internet Communication in Public Deliberation“. In: *Javnost. The Public*. 16 (2009), H. 1, S. 17–32.
- Rath-Wiggings, Linda: „Politische Wahlwerbung auf YouTube – Kommunikationsprozesse und Beziehungsstrukturen auf der Videoplattform während der Bundestagswahl 2009“. In: Einspänner-Pflock, Dang-Anh; Thimm (Hrsg.): *Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz*, S. 208–228.
- Raupp, Juliana: „Zwischen Akteur und System. Akteure, Rollen und Strukturen von Öffentlichkeit“. In: Peter Szyszka (Hrsg.): *Öffentlichkeit. Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1999, S. 113–130.
- Reck, Hans Ulrich: „Authentizität in der Bildenden Kunst (bis heute)“. In: Bärbel Otterbeck; Lucinda Rennison; Erich Gantzert-Castrillo (Hrsg.): *Wie haltbar ist Videokunst? Beiträge zur Konservierung und Restaurierung audiovisueller Kunstwerke. Symposium im Kunstmuseum Wolfsburg, 25. November 1995*. Wolfsburg: Kunstmuseum Wolfsburg 1997, S. 81–102.
- Reichert, Ramón: *Die Macht der Vielen. Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung*. Bielefeld: transcript 2013.
- Reichert, Ramón: *Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik*. Bielefeld: transcript 2008.
- Reilly, Paul: „Every little helps? YouTube, sousveillance and the ‘anti-Tesco’ riot in Stokes Croft“. In: *New Media & Society* 17 (2015), H. 5, S. 755–771.
- Rényi Pál, Daniel; Dorottya Karsay: „Csak alulról jöhet“ [Es kann nur von unten kommen]. In: *Magyar Narancs. Politisch-kulturelles Wochenmagazin* 23 (2011), Nr. 43, S.13.

QUELLENVERZEICHNIS

- Rény Pál, Daniel; Péter Juhász: „A Politika számára ijesztő“ [Die Politik ist beängstigend]. In: *Magyar Narancs. Politisch-kulturelles Wochenmagazin* 23 (2011), Nr. 42, S. 8–9.
- Requate, Jörg: „Öffentlichkeit und Medien als Gegenstände historischer Analyse“. In: *Geschichte und Gesellschaft* 25 (1999), S. 5–32.
- Richter, Carola: „Mythos und Wirklichkeit der ‚Facebook-Revolutionen‘ im Nahen Osten“. In: Karlheinz Sonntag (Hrsg.): *E-Protest: neue soziale Bewegungen und Revolutionen*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter 2013, S. 37–54.
- Roesler, Alexander; Bernd Stiegler (Hrsg.): *Grundbegriffe der Medientheorie*. Paderborn: UTB 2005, S.150–172 (=UTB Bd. 2680).
- Rogers, Richard: „Das Ende des Virtuellen. Digitale Methoden“. Aus dem Englischen von Berthold Rebhandl. In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 5 (2011), H. 2, S. 61–77.
- Rogoff, Irit: „Studying Visual Culture“. In: Nicolas Mirzeoff (Hrsg.): *The Visual Culture Reader*. London / New York: Routledge 1998, S. 14–26.
- Roselt, Jens; Ulf Otto (Hrsg.): *Theater als Zeitmaschine. Zur performativen Praxis des Reenactments. Theater und kulturwissenschaftliche Perspektiven*. Bielefeld: transcript 2012.
- Roselt, Jens; Ulf Otto: „Nicht hier, nicht jetzt. Einleitung“. In: Dies. (Hrsg.): *Theater als Zeitmaschine. Zur performativen Praxis des Reenactments. Theater und kulturwissenschaftliche Perspektiven*. Bielefeld: transcript 2012, S. 7–11.
- Rucht, Dieter (Hrsg.): *Protest in der Bundesrepublik. Strukturen und Entwicklungen*. Frankfurt am Main / New York: Campus Verlag 2001.
- Ruffing, Reiner: *Bruno Latour*. Paderborn: Wilhelm Fink 2009, S. 14 (=UTB Profile 3044).
- Ryan, Marie-Laure: *Avatars of Story*. Minneapolis: University of Minnesota Press 2006.
- Sanchez Abril, Patricia: „A (My)Space of One's Own: On Privacy and Online Social Networks“. In: *Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property* 6 (2007), H. 1, S. 73–88.
- Sandbothe, Mike: „Digitale Verflechtungen. Eine medienphilosophische Analyse von Bild, Sprache und Schrift“. In: Klaus Beck; Gerhard Vowe (Hrsg.): *Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation?*. Berlin: Wissenschaftsverlag Spiess 1997, S. 145–157.
- Sandbothe, Mike: „Interaktivität – Hypertextualität – Transversalität. Eine medienphilosophische Analyse des Internet“. In: Stefan Münker; Alexander Roesler (Hrsg.): *Mythos Internet*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997, S. 56–82 (=edition suhrkamp Bd. 2010).

- Sandbothe, Mike: „Theatrale Aspekte des Internet. Prolegomena zu einer zeichentheoretischen Analyse theatraler Textualität“. In: Willems/Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft*, S. 583–595.
- Sandweg, Tim: „On and Off. Eine YouTube-Reise durch die syrische Opposition“. In: *Double 10* (2013), Nr. 27, H. 1, S. 41–43.
- Schäfer, Mirko Tobias: *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam University Press 2011.
- Schechner, Richard: *Essays on Performance Theory. 1970 – 1976*. New York: Drama Book Specialists 1977.
- Scherfer, Konrad; Helmut Volpers (Hrsg.): *Methoden der Webwissenschaft. Teil 1 und 2*. Münster: Lit-Verlag 2013 (=Webwissenschaft Bd. 2).
- Schicha, Christian; Rüdiger Ontrup (Hrsg.): *Medieninszenierungen. Interdisziplinäre Zugänge*. Münster: Lit-Verlag 1999 (=ikö Publikationen Bd. 1).
- Schiewe, Jürgen: *Öffentlichkeit. Entstehung und Wandel in Deutschland*. Paderborn u.a.: UTB 2004.
- Schmidt, Jan-Hinrik: *Social Media*. Wiesbaden: Springer VS Verlag 2013 (=medienwissen kompakt).
- Schneider, Norbert: „Zwischen Privatheit und Öffentlichkeit“. In: Eumann; Gerlach; Rößner u.a. (Hrsg.): *Medien, Netz, Gesellschaft*, S. 43–47.
- Schoenmakers, Henri; Stefan Bläske; Kay Kirchmann; Jens Ruchatz (Hrsg.): *Theater und Medien / Theatre and the Media. Grundlagen – Analysen – Perspektiven*. Bielefeld: transcript 2008, S. 187–194.
- Schramm, Helmar: *Karneval des Denkens. Theatralität im Spiegel philosophischer Texte des 16. und 17. Jahrhunderts*. Berlin: Akademie-Verlag 1996.
- Schrape, Jan-Felix: *Neue Demokratie im Netz? Eine Kritik an den Visionen der Informationsgesellschaft*. Bielefeld: transcript 2010.
- Schröter, Jens: „Statt einer Einleitung: Versuch zur Differenz zwischen dem Medialen und dem Display“. In: Ders.; Tristan Thielmann (Hrsg.): *Display I: Analog*. Marburg: Schüren 2006, S. 7–12 (=Navigationen. Zeitschrift für Medien und Kulturwissenschaften Bd. 6, H. 2).
- Schröter, Jens: „Intermedialität, mediale Spezifik und die universelle Maschine“. In: Krämer (Hrsg.): *Performativität und Medialität*, S. 385–411.
- Schubert, Gabriella: „Nationale Symbole der Ungarn und deren Narrative“. In: *Zeitschrift für Balkanologie* 49 (2013), H. 2, S. 234–262.
- Schüttelpelz, Erhard: „Elemente einer Akteur-Medien-Theorie“. In: Thielemann; Ders. (Hrsg.): *Akteur-Medien-Theorie*, S. 9–67.
- Seel, Martin: „Inszenieren als Erscheinenlassen. Thesen über die Reichweite eines Begriffs“. In: Josef Früchtl; Jörg Zimmermann (Hrsg.): *Ästhetik der Inszenierung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2001, S. 48–62.

QUELLENVERZEICHNIS

- Sennett, Richard: *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität* [*The Fall of Public Man*, 1977]. Aus dem Englischen von Reinhard Kaiser. Frankfurt am Main: Fischer 1983.
- Servaes, Jan; Rolien Hoyng: „The tools of social change: A critique of technocentric development and activism“. In: *New Media & Society* 19 (2017), H. 2, S. 255–271.
- Sieber, Samuel: „Zur Politik medialer Dispositive“. In: Nadja Elia-Borer; Samuel Sieber; Georg Christoph Tholen (Hrsg.): *Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien*. Bielefeld: transcript 2011, S. 295–310.
- Siegmund, Gerald: *Abwesenheit. Eine performative Ästhetik des Tanzes. William Forsythe, Jérôme Bel, Xavier Le Roy, Meg Stuart*. Bielefeld: transcript 2006, (=TanzScripte Bd. 3).
- Simanowski, Roberto: „Autorschaft und digitale Medien. Eine unvollständige Phänomenologie“. In: Lucas Marco Gisi; Urs Meyer; Reto Sorg (Hrsg.): *Medien der Autorschaft. Formen literarischer (Selbst-) Inszenierung von Brief und Tagebuch bis Fotografie und Interview*. München: Wilhelm Fink 2013, S. 247–262.
- Singer, Milton: *Traditional India. Structure and Change*. Philadelphia: American Folklore Society 1959.
- Siri, Jasmin: „System/Umwelt“. In: Oliver Jahraus; Armin Nassehi (Hrsg.): *Luhmann-Handbuch*. Stuttgart: J.B. Metzler 2012, S. 123–125.
- Slevin, James: *Internet and society*. Cambridge: Polity 2000.
- Snickars; Pelle; Patrick Vonderau: „Introduction“. In: Dies. (Hrsg.): *The YouTube Reader*, S. 9–21.
- Soeffner, Hans-Georg: *Auslegung des Alltags – Der Alltag der Auslegung. Zur wissensoziologischen Konzeption einer sozialwissenschaftlichen Hermeneutik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 1989.
- Soeffner, Hans-Georg: „Die Wirklichkeit der Theatralität“. In: Fischer-Lichte u.a. (Hrsg.): *Theatralität als Modell in den Kulturwissenschaften*, S. 235–247.
- Soja, Edward: *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. Cambridge u.a.: Blackwell 1996.
- Stauff, Markus: *Das Neue Fernsehen. Machtanalyse, Gouvernamentalität und Digitale Medien*. Münster u.a.: LIT 2005 (= Braunschweiger Schriften zur Medienkultur Bd. 2).
- Stegbauer, Christian; Roger Häußling (Hrsg.): *Handbuch Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag 2010 (=Netzwerkforschung Bd. 4).
- Strangelove, Michael: *Watching YouTube. Extraordinary Videos by Ordinary People*. Toronto: University of Toronto Press 2010.
- Strauss, Anselm L.; Juliet M. Corbin: *Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Weinheim: Beltz 1996.

- Strauss, Anselm L.: *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Cambridge: Cambridge University Press 1987.
- Sunstein, Cass: *Infotopia. Wie viele Köpfe Wissen produzieren*. [How Many Minds Produce Knowledge, 2006]. Übersetzt aus dem Englischen von Robin Celikates und Eva Engels. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2009.
- Sutter, Tilmann: „Interaktivität‘ neuer Medien – Illusion und Wirklichkeit aus der Sicht einer soziologischen Kommunikationsanalyse“. In: Willems (Hrsg.): *Weltweite Welten*, S. 57–73.
- Szymanski, Berenika: *Theatraler Protest und der Weg Polens zu 1989. Zum Aushandeln von Öffentlichkeit im Jahrzehnt der Solidarność*. Bielefeld: transcript 2012.
- Taddicken, Monika; Kerstin Bund: „Ich kommentiere, also bin ich. Community Research am Beispiel des Diskussionsforums der ZEIT Online“. In: Welker; Wunsch (Hrsg.): *Die Online-Inhaltsanalyse*, S. 167–190.
- Tagsold, Christian: *Die Inszenierung der kulturellen Identität in Japan. Das Beispiel der Olympischen Spiele Tōkyō 1964*. München: Iudicum 2002.
- Tatarchevskiy, Tatiana: „The ‚popular‘ culture of internet activism“. In: *New Media & Society* 12 (2011), H. 2, S. 297–313.
- Tate Modern (Hrsg.): *Ai Weiwei. Art, Architecture, Activism*. London: Tate Publishing 2014.
- Tecklenburg, Nina: *Performing Stories. Erzählen in Theater und Performance*. Bielefeld: transcript 2014.
- Tecklenburg, Nina: „Reality Enchanted, Contact Mediated. A Story of Gob Squad“. In: *TDR. The Drama Review* 56 (2012), H. 2, S. 8–33.
- Tecklenburg, Nina: „Mythos Ereignis – Mythos Aufführung. Künstlerische Reenactments als Entmythisierungsverfahren“. In: Roselt; Otto (Hrsg.): *Theater als Zeitmaschine*, S. 79–100.
- Theocharis, Yannis: „The Conceptualization of Digitally Networked Participation“. In: *Social Media & Society* 1 (2015), H. 2, S. 1–14.
- Thielemann, Tristan; Erhard Schüttelpelz (Hrsg.): *Akteur-Medien-Theorie*. Bielefeld: transcript 2013.
- Thielemann, Tristan: „Digitale Rechenschaft. Die Netzwerkbedingungen der Akteur-Medien-Theorie seit Amtieren des Computers“. In: Ders.; Schüttelpelz (Hrsg.): *Akteur-Medien-Theorie*, S. 377–424.
- Tholen, Christoph, Georg: „Medium/Medien“. In: Roesler; Stiegler (Hrsg.): *Grundbegriffe der Medientheorie*, S.150–172.
- Tichenor, Phillip J.; George A. Donohue; Clarice N. Olien: „Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge“. In: *Public Opinion Quarterly* 34 (1970), S. 159–170.

QUELLENVERZEICHNIS

- Tobler, Stefan: *Transnationalisierung nationaler Öffentlichkeit. Konfliktinduzierte Kommunikationsverdichtungen und kollektive Identitätsbildung in Europa*. Wiesbaden: VS Verlag 2010.
- Toffler, Alvin: *The third wave*. New York: Morrow 1980.
- Tompa, Andrea: „Gehen oder Bleiben? Die darstellenden Künstler der Freien Szene in Ungarn sehen sich vor dem Aus und suchen die Öffentlichkeit“. Aus dem Englischen von Barbara Burckhardt. In: *Theater heute* 54 (2013), S. 20–22.
- Tönnies, Ferdinand: *Kritik der öffentlichen Meinung*. Berlin: Springer 1922.
- Towner, Terri L.; David A. Dulio: „An experiment of campaign effects during the YouTube election“. In: *New Media & Society* 13 (2011), H. 4, S. 626–644.
- Treske, Andreas: *Video Theory. Online Video Aesthetics or the Afterlife of Online Video*. Bielefeld: transcript 2015.
- Trottier, Daniel; Christian Fuchs (Hrsg.): *Social Media, Politics and the State. Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and YouTube*. London: Routledge 2015.
- Turkle, Sherry: *Verloren unter 100 Freunden. Wie wir in der digitalen Welt seelisch verkümmern* [*Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, 2011]. Aus dem Englischen von Joannis Stefanidis. München: Riemann 2012.
- Turkle, Sherry: *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster 1995.
- Turner, Victor: *The Anthropology of Performance*. New York: Performing Arts Journal Publ. 1987.
- Turner, Victor: *From Ritual to Theatre. The human seriousness of play*. New York: Performing Arts Journal Publ. 1982.
- Van de Donk, Wim; Brian D. Loader; Paul G. Nixon; Dieter Rucht (Hrsg.): *Cyberprotest. New Media, Citizens and Social Movements*. London u.a.: Routledge 2004.

- Van Zoonen, Liesbet; Farida Vis; Sabina Mihelj: „YouTube interactions between agonism, antagonism and dialogue: Video responses to the anti-Islam film *Fitna*“. In: *New Media & Society* 13 (2011), H. 8, S. 1283–1300.
- Varnelis, Kazys (Hrsg.): *Networked Publics*. Cambridge / London: MIT Press 2008.
- Vergani, Matteo; Dennis Zuev: „Analysis of YouTube Videos Used by Activists in the Uyghur Nationalist Movement. Combining quantitative and qualitative methods“. In: *Journal of Contemporary China* 20 (2011), H. 69, S. 205–229.
- Vernallis, Carol: *Unruly Media: YouTube, Music Video, and the New Digital Cinema*. Oxford: Oxford University Press 2013.
- Vonderau, Patrick; Pelle Snickars (Hrsg.): *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden 2009.
- Voss, Kathrin: *Öffentlichkeitsarbeit von Nichtregierungsorganisationen. Mittel – Ziele – interne Strukturen*. Wiesbaden: VS Verlag 2007.
- Vowe, Gerhard; Marco Dohle: „Welche Macht wird Medien zugeschrieben? Das Verhältnis von Medien und Politik im Spiegel der Mediatisierungsdebatte“. In: Michael Jäcker; Manfred Mai (Hrsg.): *Medienmacht und Gesellschaft. Zum Wandel öffentlicher Kommunikation*. Campus Verlag: Frankfurt am Main / New York 2008, S. 11–36.
- Wagner, Meike: *Theater und Öffentlichkeit im Vormärz. Berlin, München und Wien als Schauplätze bürgerlicher Medienpraxis*. Berlin: Akademie Verlag 2013 (=Deutsche Literatur. Studien und Quellen Bd. 11).
- Wagner, Meike: „Kunst im Netz. Videofilm und die Gnade der vernetzten Präsenz“. In: Bairlein; Balme; Brincken u.a. (Hrsg.): *Netzkulturen*, S. 121–134.
- Wahl, Christine: „Die Vermeidung des Politischen. Das Kortárs Drámafesztivál Budapest konnte 2016 nach einer Pause wieder stattfinden. Dennoch kein Grund zum Optimismus – ein Festivalreport aus Ungarn“. In: *Theater heute* 58 (2017), S. 40–45.
- Warner, Michael: „Publics and Counterpublics“. In: *Public Culture* 14 (2002), H. 1, S. 49–90. Als Einleitungskapitel ebenfalls abgedruckt in: Michael Warner: *Publics and Counterpublics*. New York: Zone Books 2002.
- Warsh, Larry (Hrsg.): *Weiwei-isms. Ai Weiwei*. Princeton / Oxford: Princeton University Press 2013.
- Wechsler, Max: „Der Anarchist im Porzellanladen“. In: Michael Jäcker; Manfred Mai (Hrsg.): *Du. Die Zeitschrift der Kultur* 71 (2011), H. 817: *Wer hat Angst vor Ai Weiwei*, S. 21–31.

QUELLENVERZEICHNIS

- Wehner, Josef: „Social Web“ – Zu den Rezeptions- und Produktionsstrukturen im Internet“. In: Michael Jäckel; Manfred Mai (Hrsg.): *Medienmacht und Gesellschaft. Zum Wandel öffentlicher Kommunikation*. Frankfurt am Main: Campus Verlag 2008, S. 197–218.
- Weibel, Peter: *Ästhetik der vernetzten Kooperation im Web 2.0*. Vortrag im Amerika-Haus München (08.07.2013).
- Weinberg, Tamar: *Social media marketing: Strategien für Twitter, Facebook & Co* [*The new community rules*, 2009]. Übersetzt aus dem Englischen von Dorothea Heymann-Reder. Köln: O'Reilly 2010.
- Welker, Martin; Carsten Wünsch (Hrsg.): *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*. Köln: Halem 2010.
- Welker, Martin, Carsten Wünsch u.a.: „Die Online-Inhaltsanalyse. Methodische Herausforderung, aber ohne Alternative“. In: Welker; Wünsch (Hrsg.): *Die Online-Inhaltsanalyse*, S. 9–30.
- Wendelin, Manuel: *Medialisierung der Öffentlichkeit. Kontinuität und Wandel einer normativen Kategorie der Moderne*. Köln: Halem 2011.
- Wesemann, Dorette; Martin Grunwald: „Inhaltsanalyse von Online-Diskussionsforen für Betroffene von Essstörungen“. In: Welker; Wünsch (Hrsg.): *Die Online-Inhaltsanalyse*. S. 387–409.
- Wessler, Hartmut; Bernhard Peters; Michael Bruggemann (Hrsg.): *Transnationalization of Public Spheres*. Basingstoke u.a.: Palgrave Macmillan 2008.
- Wickler, Wolfgang: *Mimikry, Nachahmung und Täuschung in der Natur*. Frankfurt am Main: 1968.
- Wiens, Birgit: *Intermediale Szenographie. Raum-Ästhetiken des Theaters am Beginn des 21. Jahrhunderts*. Paderborn: Wilhelm Fink 2014.
- Wieser, Matthias: *Das Netzwerk von Bruno Latour. Die Akteur-Netzwerk-Theorie zwischen Science & Technology Studies und poststrukturalistischer Soziologie*. Bielefeld: transcript 2012.
- Wildermann, Patrick; Gob Squad: „Mein Gott, er hat mich angesehen! Berit Stumpf und Sean Patten von Gob Squad über ihre Arbeit mit einem Roboter in der Oper und die Frage, was uns zu Menschen macht. Ein Gespräch anlässlich des 20-jährigen Bestehens des Kollektivs“. In: *Theater der Zeit* 69 (2014), H. 11, S. 18–21.
- Wilhelm, Anthony G: „Virtual soundings boards. How deliberative is online political discussion?“. In: Barry N. Hague; Brian D. Loader (Hrsg.): *Digital Democracy. Discourse and Decision Making in the Information Age*. London: Routledge 1999, S.154–178.
- Wilkin, Peter: *Hungary's Crisis of Democracy. The Road to Serfdom*. London: Lexington Books 2016.

- Willems, Herbert (Hrsg.): *Theatralisierung der Gesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag 2009. 2 Bde.
- Willems, Herbert: „Zur Einführung. Medientheatralität und Medientheatralisierung“. In: Ders. (Hrsg.): *Theatralisierung der Gesellschaft*, Bd. 2: *Medientheatralität und Medientheatralisierung*, S. 13–38.
- Willems, Herbert: „Zur Einführung. Theatralität als Ansatz, (Ent-)Theatralisierung als These“. In: Ders. (Hrsg.): *Theatralisierung der Gesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag 2009, 2 Bde., Bd. 1: *Soziologische Theorie und Zeitdiagnose*, S. 13–55.
- Willems, Herbert (Hrsg.): *Weltweite Welten. Internet-Figurationen aus wissensoziologischer Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag 2008.
- Willems, Herbert; Sebastian Pranz: „Formationen und Transformationen der Selbstthematization. Von der unmittelbaren Interaktion zum Internet“. In: Willems (Hrsg.): *Weltweite Welten*, S. 189–222.
- Willems, Herbert; Martin Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch*. Opladen / Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1998.
- Willems, Herbert: „Inszenierungsgesellschaft? Zum Theater als Modell, zur Theatralität von Praxis“. In: Ders.; Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft*, S. 23–79.
- Willems, Herbert; Martin Jurga: „Einleitung. Zum Aufbau des Buches und zu den Beiträgen“. In: Dies. (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft*, S. 9–20.
- Willems, Herbert: „Glaubwürdigkeit und Überzeugung als dramaturgische Probleme und Aufgaben der Werbung“. In: Fischer-Lichte; Horn; Pflug u.a. (Hrsg.): *Inszenierung von Authentizität*, S. 209–232.
- Wimmer, Jeffrey: *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses*. Wiesbaden: VS Verlag 2007.
- Wimmer, Jeffrey: „The publics behind political web campaigning. The digital transformation of ‚classic‘ counter-public spheres“. In: Baringhorst; Kneip; Niesyto (Hrsg.): *Political Campaigning on the Web*, S. 31–51.
- Winter, Rainer: *Widerstand im Netz. Zur Herausbildung einer transnationalen Öffentlichkeit durch netzbasierte Kommunikation*. Bielefeld: transcript 2010.
- Winter, Rainer: *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess*. München: Quintessenz 1995.
- Wirth, Uwe: „Der Performanzbegriff im Spannungsfeld von Illokution, Iteration und Indexikalität“. In: Ders. (Hrsg.): *Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2002, S. 9–60.

QUELLENVERZEICHNIS

- Wirth, Uwe: „Der Tod des Autors ist die Geburt des Editors“. In: Roberto Simanowski (Hrsg.): *text + kritik. Zeitschrift für Literatur. Digitale Literatur* 152 (2001), S. 54–64.
- Xiao Mina, An: „Going Viral: The Memetic World of Ai Weiwei“. In: Tate Modern (Hrsg.): *Ai Weiwei. Art, Architecture, Activism*, S. 444–451.
- Yang, Mundo: „Mobilisierende Internetvideos zwischen Culture Jamming und Framing“. In: Einspänner-Pflock; Dang-Anh; Thimm (Hrsg.): *Digitale Gesellschaft – Partizipationskulturen im Netz*, S. 128–147.
- Youngblood, Gene: *Expanded Cinema*. New York: Dutton 1970.
- Ziegler, Jean: *Der Aufstand des Gewissens*. Salzburg: Ecowin Verlag 2011.
- Zima, Peter (Hrsg.): *Literatur intermedial. Musik – Malerei – Photographie – Film*. Darmstadt 1995.
- Zimmermann, Tobias: *Digitale Diskussionen. Über politische Partizipation mittels Online-Leserkomentaren*. Bielefeld: transcript 2017 (= Edition Politik Bd. 44).

Quellen aus dem Internet

(Wenn nicht anders angegeben, wurde auf die genannten Quellen zuletzt am 01.03.2015 zugegriffen)

- 7ora7.hu: Veröffentlichung des Briefes des Ministeriums für Humanressourcen (27.10.2012), online unter: <http://7ora7.hu/hirek/l-simon-az-elmult-nyolc-ev-a-kulturalis-elvonasok-oka>.
- Adbusters Media Foundation: Website, online unter: <https://www.adbusters.org/>.
- Affenzeller, Margarete: „Manipulierte Youtube-Träume aus Kalifornien“. In: *DerStandard.at* (28.11.2013), online unter: <http://derstandard.at/1385169236236/Manipulierte-Youtube-Traeume-aus-Kalifornien>.
- afp: „Nestlé lenkt nach Greenpeace-Kritik ein“. In: *Zeit Online* (18.03.2010), online unter: <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2010-03/nestle-regenwald>.
- Ai Weiwei: Website online unter: <http://aiweiwei.com>
- Ai Weiwei: Website *WeiweiCam*, online unter: <http://weiweicam.com/>.
- Alexa (Hrsg): Daten zu YouTube Deutschland auf der Website von Alexa, online unter: <http://www.alexa.com/siteinfo/youtube.de>.
- Alexa (Hrsg): Daten zu YouTube Global auf der Website von Alexa, online unter: <http://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>.
- Anne Teresa De Keersmaeker: Website, <http://www.rosasdanstrosas.be/en-home/>.

- ARD/ZDF-Onlinestudie 2016: „Multimedienutzung“, online unter: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=550> (Zugriff am 08.08.2017).
- Asche, Christoph; Tobias Fülbeck: „Volksverdummung: Nestlé polarisiert mit neuem Werbespot“. In: *The Huffington Post Online* (08.05.2014), online unter: http://www.huffingtonpost.de/2014/05/07/nestle-neuer-werbespot_n_5280752.html.
- Baradaran, Amir: Website des Künstlers, online unter: http://www.amirbaradaran.com/ab_about.php.
- Bartlem, Edwina: „Reshaping Spectatorship. Immersive and Distributed Aesthetics“. In: *Fibreculture* 7 (2005), online unter: <http://seven.fibreculturejournal.org/fcj-045-reshaping-spectatorship-immersive-and-distributed-aesthetics/>.
- Baumgärtel, Tilman: „Media Piracy and Independent Cinema in Southeast Asia“. In: Lovink; Niederer (Hrsg.): *Video Vortex Reader. Responses to YouTube*, S. 259-272 (online).
- Bayona, Michelle: „Nestlé-Aktionärsversammlung bekommt Besuch von Kletterern und Orang-Utans“. In: *Greenpeace Blog* (15.04.2010), online unter: <http://blog.greenpeace.de/blog/2010/04/15/nestle-aktionersversammlung/>.
- Bayona, Michelle: „Hilferuf auf KitKat-Riegel“. In: *Greenpeace Blog* (06.05.2010), online unter: <https://www.greenpeace.de/node/7559>.
- Bayona, Michelle: „Erfolg: Nestle will Urwald schützen“. Auf der Website von Greenpeace (17.05.2010), online unter: <http://www.greenpeace.de/themen/waelder/erfolg-nestle-will-urwald-schuetzen>.
- Bayona, Michelle: „Kampagnen- Update 2: Nestlé, KitKat und das Palmöl“. In: *Greenpeace Blog* (11.05.2010), online unter: <https://www.greenpeace.de/themen/waelder/kampagnen-update-2-nestle-kitkat-und-das-palmoel>.
- Bechar-Israeli, Haya: „From ‚Bonehead‘ to ‚cLoNehEAd‘: Nicknames, Play and Identity on Internet Relay Chat“. In: *Journal of Computer-Mediated Communication* 1(1996), H. 2, online unter: <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue2/bechar.html>.
- Beckedahl, Markus; Stefan Heinlein: „Facebook als Richter unserer Meinungsfreiheit“. In: *Deutschlandfunk.de* (12.08.2017), online unter: http://www.deutschlandfunk.de/netzwerkdurchsetzungsgesetz-facebook-als-richter-unserer.694.de.html?dram:article_id=393328 (Zugriff am 08.08.2017).
- Berliner Philharmoniker: Website der Digital Concert Hall, online unter: www.digitalconcerthall.com/de/home (Zugriff am 08.08.2017).
- Biermann, Kai: „Nicht Google sollte die Filter-Regeln bestimmen“. In: *Zeit Online* (27.09.2012), online unter: <http://www.zeit.de/digital/internet/2012-09/youtube-google-mohammed>.

QUELLENVERZEICHNIS

- Biermann, Kai: „Google will YouTube zivilisieren“. In: *Zeit Online* (25.09.2013), online unter: <http://www.zeit.de/digital/internet/2013-09/youtube-googleplus-kommen-tare>.
- Biselli, Anna: „Gemeinsames Überwachungszentrum von fünf deutschen Bundesländern soll 2019 starten“. In: *netzpolitik.org* (20.07.2017), online unter: <https://netzpolitik.org/2017/gemeinsames-ueberwachungszentrum-von-fuenf-bundeslaendern-soll-2019-starten/> (Zugriff am 08.08.2017).
- Blome, Gabriele: „Archiv-Inszenierungen. Zugänge zu Online-Ressourcen zur Medienkunst im Kontext“. In: *MAP - Media | Archive | Performance, Ausgabe 1: Beweglicher Zugang™ - Eine Eröffnung*. 2009, online unter: <http://www.perfomap.de/map1/iv.-digitale-archiv-szenarien/Archiv-Inszenierungen>.
- Bodin, Claudia: „Die göttliche Marina“. In: *Art-Magazin.de* (03.06.2010), online unter: http://www.art-magazin.de/kunst/30232/marina_abramovic_moma_new_york.
- Böhm, Markus: „YouTube: Britische Sicherheitsbehörden dürfen sich bevorzugt beschweren“. In: *Spiegel Online* (14.03.2014), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/grossbritannien-youtube-gibt-innenministerium-sonderrechte-a-958607.html>.
- Borgerding, Benjamin: „Nestlé in Erklärungsnot“. In: *Greenpeace Blog* (18.03.2010), online unter: <http://blog.greenpeace.de/blog/2010/03/18/nestle-in-erklaerungs-not/>.
- Bóta Gábor-Hamvay, Péter: „Vége Markó Iván balettjének“ [Das Markó Iván Ballett ist am Ende]. In: *Népszava Online* (09.12.2013), online unter: <http://nepszava.hu/cikk/1005169-vege-marko-ivan-balettjenek>.
- Brett Bailey: Stellungnahme zu Exhibit B (29.11.2014) auf Facebook, online unter: <https://www.facebook.com/brett.bailey.543/posts/10205249583468120:0>.
- Brier, Ronja; Jörg Löbker: „Vatikan protestiert gegen Berliner Skandalstück“. In: *Bild.de* (05.03.2012), online unter: <http://www.bild.de/regional/berlin/theater/vatikan-protestiert-gegen-skandalstueck-im-hau-22964432.bild.html?wtmc=go.off.edpick>.
- Bühnenwatch: Petition gegen Exhibit B (29.09.2012), online unter: <http://buehnenwatch.com/unsere-position-zum-projekt-exhibit-b-von-brett-bailey-bei-den-berliner-festspielen-2012/>.
- Büscher, Barbara: „Bewegung als Zugang: Performance – Geschichte(n) – Ausstellen“. In: *MAP - Media | Archive | Performance 4* (2013): *Archiv / Prozesse 1.*, online unter: <http://www.perfomap.de/map4/ausstellen-und-auffuehren/bewegung-als-zugang-performance-2013-geschichte-n-2013-ausstellen>.

- Büscher, Barbara: „Lost & Found. Performance und die Medien ihres Archivs“. In: *MAP - Media | Archive | Performance* 1 (2009): *Beweglicher Zugang™ - Eine Eröffnung*, online unter: <http://www.performap.de/map1/ii.-archiv-praxis/lost-and-found1>.
- Bula, Patric: „Insight: Learning from digital start-up culture“. In: *Nestle.com* (06.11.2013), online unter: <http://www.nestle.com/media/newsandfeatures/insight-patrice-bula-digital-start-up-culture>.
- Burg4s: Blog, online unter: <http://burg4s.tumblr.com/>.
- Camrath, Jürgen: „Youtube gibt Ukraine-Streams frei“. In: Blog *WJS Tech* des *Wall Street Journal* (19.02.2014), online unter: <http://blogs.wsj.de/wsjs-tech/2014/02/19/youtube-gema-streams/>.
- Captain 5obza: Facebook-Seite, online unter: <https://www.facebook.com/captain5obza>.
- Change.org: Website zur Petition gegen YouTubes neue Kommentarfunktion, online unter: <http://www.change.org/petitions/google-change-the-youtube-comment-section-back-to-its-original-form>.
- Cheng, Meixin: „The artistic crisis of the Ai Weiwei fairytale“. In: *arts-wealth.com* (2010), online unter: <http://www.arts-wealth.com/news/articles.php?articleid=181>.
- Conway, Zoe: „Ai Weiwei seeds sell for \$782,000 in New York“. In: *BBC News* (10.12.2012), online unter: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-18016374>.
- Curating YouTube: Website, online unter: <http://www.curatingyoutube.net>.
- Debord, Guy; Gil J. Wolman: „A User's Guide to Détournement“. In: *Les Lèvres Nues* 8 (1956). Erneut veröffentlicht in *Situationist international online*, online unter: <http://www.cddc.vt.edu/sionline/presitu/usersguide.html>.
- Dimar, Maike: „Handaufhalten verboten“. In: *taz.de* (12.05.2003), online unter: <http://www.taz.de/1/archiv/?id=archivseite&dig=2003/05/12/a0187>.
- Dormont, Richard: „Ai Weiwei: Sunflower Seeds, Tate Modern, review“. In: *telegraph.co.uk* (11.10.2010), online unter: <http://www.telegraph.co.uk/culture/art-reviews/8056950/Ai-Weiwei-Sunflower-Seeds-Tate-Modern-review.html>.
- dpa: „China zieht Mauer der Internet-Zensur weiter hoch“. In: *Süddeutsche.de* (26.01.2015), online unter: <http://www.sueddeutsche.de/news/wirtschaft/internet-china-zieht-mauer-der-internet-zensur-weiter-hoch-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-150126-99-04899>.
- dpa: „Android-KitKat‘ stößt auf gemischte Reaktionen“. In: *Stern.de* (04.09.2013), online unter: <http://www.stern.de/digital/telefon/zusammenarbeit-mit-nestle-android-kitkat-stoesst-auf-gemischte-reaktionen-2055408.html>.

QUELLENVERZEICHNIS

- dpa: „China verweigert Ai Weiwei weiter die Ausreise“. In: *Monopol. Magazin für Kunst und Leben* (04.07.2014), online unter: <http://www.monopol-magazin.de/artikel/20108710/China-verweigert-Ai-Weiwei-weiter-die-Ausreise.html>.
- dpa: „China zieht Mauer der Internet-Zensur weiter hoch“. In: *Süddeutsche.de* (26.01.2015), online unter: <http://www.sueddeutsche.de/news/wirtschaft/internet-china-zieht-mauer-der-internet-zensur-weiter-hoch-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-150126-99-04899>.
- dpa: „Installation von Ai Weiwei in der Tate Modern geschlossen“. In: *Monopol. Magazin für Kunst und Leben* (15.10.2010), online unter: <http://www.monopol-magazin.de/artikel/20101976/Installation-von-Ai-Weiwei-in-der-Tate-Modern-geschlossen.html>.
- dpa: „Ungarn demonstrieren für und gegen Orbán“. In: *Zeit Online* (15.03.2012), online unter: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2012-03/ungarn-protest-regierung-orban>.
- dpa/lhe: „Museum 2.0. ‚Digitales Schlendern‘ durch die Kunstgeschichte“. In: *Monopol. Magazin für Kunst und Leben Online* (03.01.2014), online unter: <http://www.monopol-magazin.de/artikel/20107769/Museen-sollten-sich-fuer-Digitalisierung-zusammenschliessen-.html>.
- dpa/Monopol: „Ai Weiwei erhält Pass zurück“. In *Monopol. Magazin für Kunst und Leben Online* (22.07.2015), online unter: <http://www.monopol-magazin.de/ai-weiwei-erh%C3%A4lt-pass-zur%C3%BCck> (Zugriff am 08.08.2017).
- Eckardt, Ann-Kathrin; Mirjam Hauck: „Illegale YouTube-Videos. Bändiger des Bösen“. In: *Süddeutsche.de* (15.02.2015), online unter: <http://www.sueddeutsche.de/digital/illegale-youtube-videos-baendiger-des-boesen-1.2349570>.
- Együtt 2014: Website, online unter: http://www.egyutt2014.hu/az_egyutt-rol/.
- Elsaesser, Thomas: „‘Constructive Instability’, or: The Life of Things as the Cinema’s Afterlife?“. In: Lovink; Niederer (Hrsg.): *Video Vortex Reader. Responses to YouTube*, S. 13-32 (online).
- Elsaesser, Thomas: „Tales of Epiphany and Entropy. Around the World in Eighty Clicks“. In: Vonderau; Snickars (Hrsg.): *The YouTube Reader*, S. 166-186 (online).
- Emberi Erőforrások Minisztériuma [Ministerium für Humanressourcen]: Website, online unter: <http://www.kormany.hu/hu/emberi-eroforrasok-miniszteriuma>.
- Essl Museum Klosterneuburg: Facebook-Seite, online unter: <https://www.facebook.com/ESSLMUSEUM>.
- Feld, Tobias: „‘Ich mag das System nicht’. Dorottya Karsay und die Sänger und Rapper der neuen ungarischen Protestbewegung“. In: *NZZ Online*, 10.02.2012, online unter: http://www.nzz.ch/nachrichten/kultur/aktuell/ich_mag_das_system_nicht_1.14935031.html.

- Fichter, Alina: „YouTube. Da guckst du!“. In: *Zeit Online* (10.10.2013), online unter: <http://www.zeit.de/2013/42/jugendliche-generation-youtube-medien>.
- fidelio.hu: Veröffentlichung des offenen Briefes des FESZ (08.10.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhaz/hirek/nyilt_levellet_irt_a_fesz_az_ujabb_zarolastol_tartva.
- FixYT: Website, online unter: <http://fixyt.com/>.
- Foreign Affairs 2012, Website zum Programm, online unter: http://www.berlinerfestspiele.de/de/aktuell/festivals/foreign_affairs/archiv_fa/archiv_fa12/fa12_programm_gesamt/fa12_veranstaltungsdetail_46578.php.
- Free Aiweiwei: Website, online unter: <http://freeaiweiwei.org/>
- Freelon, Deen; Charlton Mcllwain; Meredith Clark: „Quantifying the power and consequences of social media protest“. In: *New Media & Society* (November 2016, zuerst online veröffentlicht). S. 1–22 (Zugriff am 08.08.2017).
- Frenzel, Sebastian: „Tauschen wir die Elite einfach aus“. In: *Monopol. Magazin für Kunst und Leben Online* (26.06.2013), online unter: <http://www.monopol-magazin.de/artikel/20106885/Kulturpolitik-Museum-Ludwig-Budapest-Ungarn.html>.
- Fromm, Anne: „Leserkommentare auf Sueddeutsche.de. Ein digitaler Debattensalon“. In: *taz.de* (03.09.2014), online unter: <http://www.taz.de/!145318/>.
- Garcia, David; Geert Lovink: „The ABC of Tactical Media“ (16.05.1997), online unter: <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9705/msg00096.html>
- GEMA: Website zum Rechtsstreit mit YouTube, o.J. online unter: <https://www.gema.de/presse/top-themen/youtube.html>.
- Gerhards, Jürgen; Friedhelm Neidhardt: *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit*. Discussion Paper FS III 90-101. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) 1990, online unter: <http://www.polsoz.fu-berlin.de/soziologie/arbeitsbereiche/makrosoziologie/mitarbeiter/lehrstuhlinhaber/dateien/GerhardsNeidhardt-1990.pdf>.
- Geser, Hans: *Auf dem Weg zur Neuerfindung der politischen Öffentlichkeit. Das Internet als Plattform der Medienentwicklung und des sozio-politischen Wandels*. 1998, online unter: http://socio.ch/intcom/t_hgeser06.htm.
- Gob Squad: Website, online unter: <http://www.gobsquad.com>.
- Google: Official Blog, online unter: <https://googleblog.blogspot.de/2015/07/everything-in-its-right-place.html> (Zugriff am 08.08.2017).
- Greenpeace Deutschland: Website, online unter: <http://www.greenpeace.de/>.

QUELLENVERZEICHNIS

- Greenpeace e.V. (Hrsg.): *Brent Spar und die Folgen. Zehn Jahre danach* (2005), online unter: http://gruppen.greenpeace.de/wuppertal/service_files/infoliste_files/greenpeace_allgemein/brent_spar_und_die_folgen_april_2005.pdf.
- Greenpeace UK: Website, online unter: <http://www.greenpeace.org.uk/>.
- Greenpeace International: Facebook-Seite zu „We’re sorry, you’re not allowed to read this“ (18.12.2012), online unter: <https://www.facebook.com/notes/greenpeace-international/were-sorry-youre-not-allowed-to-read-this/10150481068631167>.
- Gregory, Sam: „Cameras Everywhere: Ubiquitous Video Documentation of Human Rights, New Forms of Video Advocacy, and Considerations of Safety, Security, Dignity and Consent“. In: Lovink; Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 268-282 (online).
- Guggenheim Museum, Website zu *You Tube Play* online unter: <http://www.guggenheim.org/new-york/online/participate/youtube-play>.
- Harb, Zahera: „Arab Revolutions and the Social Media Effect“. In: *M/C Journal* 14 (2011), H. 2, online unter: <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/viewArticle/364>.
- Harper, Tael: „The big data public and its problems: Big data and the structural transformation of the public sphere.“ In: *New Media & Society* (April 2016, zuerst online veröffentlicht), S. 1–16 (Zugriff am 08.08.2017).
- Haseborg, Volker Ter: „Greenpeace gegen Nestlé: Wenn ein Netzwerk zur Waffe wird“. In: *Hamburger Abendblatt online* (25.03.2010), online unter: <http://www.abendblatt.de/kultur-live/article1433815/Greenpeace-gegen-Nestle-Wenn-ein-Netzwerk-zur-Waffe-wird.html>.
- Heinrich-Böll-Stiftung: Website zu „Theater im Livestream“ (03.12.2014), online unter: <http://www.boell.de/de/2014/12/03/theater-im-livestream>.
- Herbert Fritsch: *Hamlet X*, seit 2001 online unter: <http://www.hamlet-x.de>. [http://www.netz-macht-kultur.de/47.html?&no_cache=1&tx_ttnews\[tt_news\]=378&cHash=6710db7e3be5793374aed213235cee1d](http://www.netz-macht-kultur.de/47.html?&no_cache=1&tx_ttnews[tt_news]=378&cHash=6710db7e3be5793374aed213235cee1d).
- Hermes, Oliver: „Ein Weltkonzern scheitert an Social Media“. In: *Absatzwirtschaft Online* (28.04.2010), online unter: <http://www.absatzwirtschaft.de/ein-weltkonzern-scheitert-an-social-media-9287/>.
- Hickman, Martin: „Online protest drives Nestlé to environmentally friendly palm oil“. In: *The Independent online* (19.05.2010), online unter: <http://www.independent.co.uk/environment/green-living/online-protest-drives-nestle-to-environmentally-friendly-palm-oil-1976443.html>.

- Hillrichs, Rainer: *Poetics of Early YouTube. Production, Performance, Success*. Bonn: ULB 2016, online unter: <http://hss.ulb.uni-bonn.de/2016/4407/4407.htm> (Zugriff am 08.08.2017).
- Hofmann, Jeanette: „Demokratie im Datenkapitalismus. Das Verhältnis von Medien und Macht muss neu vermessen werden“. In: *WZB Mitteilungen: Digital. Wie Arbeit, Leben, Forschung sich und uns verändern* (2017), H. 155, S. 14-17, online unter: <https://bibliothek.wzb.eu/artikel/2017/f-20465.pdf> (Zugriff am 08.08.2017).
- Indymedia.org: Deutsche Website online unter: <http://de.indymedia.org/index.shtml>.
- Institut für Theaterwissenschaft der Universität Leipzig: Website, online unter: <http://www.uni-leipzig.de/~thea/index.php?id=8>.
- Institut für Theaterwissenschaft, LMU München: Website zum Forschungsprojekt *Networking. Zur Performance distributierter Ästhetik* (2007-2009), online unter: <http://www.networking.theaterwissenschaft.uni-muenchen.de/index.html>.
- Institute for Network Cultures Amsterdam (Hrsg): Website, online unter: <http://networkcultures.org>.
- Internationale Kurzfilmwoche Oberhausen 2013: Website zum Thema „Flatness: Kino nach dem Internet“, online unter: <http://www.kurzfilmwoche.de/rueckblick/2013/flatness-kino-nach-dem-internet.html>.
- Iocose (Hrsg.): Website, online unter http://www.iocose.org/works/sunflower_seeds_on_sunflower_seeds.
- Jenkins, Henry; Sam Gregory: „From Rodney King to Burma: An Interview with Witness's Sam Gregory“. In: *Confessions of an Aca-Fan* (31.03.2008), online unter: <http://henryjenkins.org/2008/03/>.
- Jettka, Björn: „Kitkat-Fanseite – zur digitalen Lücke degradiert“. In: *Greenpeace Blog* (19.03.2010), online unter: <http://blog.greenpeace.de/blog/2010/03/19/kitkat-fanseite/>.
- Kae/apf: „Postfaktisch' ist internationales Wort des Jahres“. In *Spiegel Online* (16.11.2016) <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/postfaktisch-internationales-wort-des-jahres-a-1121598.html> (Zugriff am 08.08.2017).
- Kaempff, Simone: „Großes Polizeiaufgebot“. In: *nachtkritik.de* (03.12.2014), online unter: http://www.nachtkritik.de/index.php?option=com_content&view=article&id=10297:proteste-in-paris-gegen-brett-baileys-qexibit-bq-&catid=126:meldungen-k&Itemid=100089.
- Kahlweit, Cathrin: „Redakteure siegen im ORF“. In: *Süddeutsche.de* (20.01.2012), online unter: <http://www.sueddeutsche.de/medien/nach-protest-gegen-partepolitischen-einfluss-revolution-siegt-im-orf-1.1262280>.

QUELLENVERZEICHNIS

- Kambouri, Nelli; Pavlos Hatzopoulos: „Making Violent Practices Public“. In: Lovink; Niederer (Hrsg.): *Video Vortex Reader. Responses to YouTube*, S. 125-131 (online).
- Keen, Seth: *Netvideo Nonvideo Newvideo – Designing a multilinear nonnarrative form for interactive documentary*. Melbourne: RMIT University, School of Media and Communication College of Design and Social Context 2014, online unter: <http://www.sethkeen.net/phd/sethkeenPhD.pdf>.
- Kenzior, Sarah: „The subjectivity of slacktivism“. In: *Aljazeera.com* (05.04.2012), online unter: <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2012/04/201244114223946160.html>.
- Kétfarkú Kutya Párt [Die Partei Der zweischwänzige Hund]: Website, online unter: <http://ketfarkukutya.com/> (Zugriff am 08.08.2017).
- Király, András: „Igenis volt rendszerváltozás“ [Ja, es gab eine Systemveränderung]. In: *index.hu* (15.03.2011), online unter: http://index.hu/belfold/2011/03/15/igenis_volt_rendszervaltozas/.
- KitKat: Facebook-Seite, online unter: <https://de-de.facebook.com/kitkatde>.
- Klein, Torsten: „Der Aufstand der YouTuber“. In: ZDF-Blog *Hyperland. Darüber spricht das Web* (26.11.2013), online unter: <http://blog.zdf.de/hyperland/2013/11/aufstand-der-youtuber/>.
- Kohle, Hubertus: „Das Brooklyn Museum in New York. Digitale Präsenz als Weg aus der Krise?“. Redemanuskript zum Vortrag auf der Konferenz *aufbruch. Museen und web 2.0* von 20. - 21. April 2012 in München, online unter: <http://aufbruch2null.blogspot.de/p/profdr-hubertus-kohle-das-brooklyn.html>.
- Kokot, Michal: „Die fünf Gründe für Orbáns Wahlsieg“. In: *Zeit Online* (06.04.2014), online unter: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2014-04/ungarn-orban-wahlsieg-kommentar>.
- Kovács, Bálint: „Nem türt, nem tiltott‘. Csató Kata, a Független Előadó-művészeti Szövetség (FESZ) elnöke“ [Nicht geduldet, nicht verboten‘. Kata Csató, die Vorsitzende des Verbands Freier Darstellender Künstler (FESZ)]. In: *MagyarNarancs.hu* (13.09.2012), online unter: <http://magyarNarancs.hu/szinhasz2/nem-turt-nem-tiltott-81641>.
- Krupa, Zsófia: „Kerekítési hiba“ [Rundungsfehler]. In: *fidelio.hu* (29.03.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhasz/magazin/kerekitesi_hiba.
- Lardinois, Frederic: „YouTube Announces A New Commenting System, Powered By Google+, With Threaded, Ranked And Private Conversations“. In: *Techcrunch.com* (25.09.2013), online unter: <http://techcrunch.com/2013/09/24/youtube-announces-a-new-google-powered-commenting-system/>.

- Lauer, Kathrin: „Schwere Krawalle in Budapest“. In: *Sueddeutsche.de* (23.10.2006), online unter: <http://www.sueddeutsche.de/politik/gedenkfeier-zum-ungarn-aufstand-schwere-krawalle-in-budapest-1.840624>.
- Legewie, Heiner; Barbara Schervier-Legewie: „Forschung ist harte Arbeit, es ist immer ein Stück Leiden damit verbunden. Deshalb muss es auf der anderen Seite Spaß machen“. Anselm Strauss im Interview mit Heiner Legewie und Barbara Schervier-Legewie. In: *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* 5 (2004), H.3, Art. 22, online unter: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/562/1217#zi> (Absatz 51).
- Leo Gabin: *YouTube Weekly Selection* (2012), Film/Video, online unter: http://www.schirn-magazin.de/Leo_Gabins_Weekly_YouTube_Selection_5.html.
- Ligna: Blog, online unter: <http://ligna.blogspot.de/2009/12/radioballett.html>.
- Lischka, Konrad: „Umstrittenes US-Internetgesetz. Wikipedia schaltet ab - aus Protest“. In: *Spiegel Online* (17.01.2012), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/umstrittenes-us-internetgesetz-wikipedia-schaltet-ab-aus-protest-a-809499.html>.
- Lischka, Konrad; Ole Reissmann: „Google-Dienst: Landgericht München nennt YouTube-Sperrhinweis illegal“. In: *Spiegel Online* (25.02.2014), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/landgericht-muenchen-nennt-youtube-sperrhinweis-illegal-a-955588.html>.
- Lisson Gallery: Website zu *S.A.C.R.E.D* von Ai Weiwei, online unter: <http://www.lissongallery.com/exhibitions/ai-weiwei-disposition>.
- litera.hu: Veröffentlichung des offenen Briefes des FESZ (19.10.2012), online unter: <http://www.litera.hu/hirek/a-fesz-nyilt-levele-l-simon-laszlohoz-a-zarolasok-ugyeben>.
- LMP: Website, online unter: <http://english.lehetmas.hu/>.
- Losh, Elizabeth: „Shooting for the public: YouTube, Flickr, and the Mavi Marmara Shootings“. In: Lovink; Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 283-292 (online).
- Lovink, Geert: „Digital Culture. Der Mensch als Akteur in der digitalen Gesellschaft“. Vortrag gehalten auf der Konferenz *netz. macht. kultur - Kulturpolitik in der digitalen Gesellschaft*. 6. Kulturpolitischer *Bildungskongress*, 9.-10. Juni 2011 in Berlin, online unter: <http://www.netz-macht-kultur.de/?id=487>.
- Lovink, Geert; Rachel Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures 2011, online unter: http://www.networkcultures.org/uploads/%236reader_VideoVortex2PDF.pdf.

QUELLENVERZEICHNIS

- Lovink, Geert: „Engage in Destiny Design: Online Video Beyond Hypergrowth. Introduction to Video Vortex Reader II“. In: Ders.; Rachel Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 9-12 (online).
- Lovink, Geert; Sabine Niederer (Hrsg.): *Video Vortex Reader. Responses to YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures 2008, online unter: http://networkcultures.org/wpmu/portal/files/2008/10/vv_reader_small.pdf.
- Löwenstein, Stephan: „Frau Bundeskanzlerin, das ist kein Witz!“ In: *faz.net* (01.02.2015), online unter: <http://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/europal/demo-vor-merkel-besuch-in-budapest-13403527.html>.
- Manovich, Lev: „Media after Software“. (2012), S. 12, online unter: http://softwarestudies.com/cultural_analytics/Manovich.Media_after_software.2012.pdf.
- Manovich, Lev: „Models of Authorship in New Media. Who is the Author? Sampling / Remixing / Open Source“. (2002), online unter: <http://www.manovich.net/articles.php>.
- Manovich, Lev: „Post-Media-Aesthetics“. (2002), online unter: <http://www.mano-vich.net/articles.php>.
- Marsen, Thies: „Rechts unten in Europa. Eine Reise in ein zerrissenes Land“ (Radiobeitrag). In: *Bayern 2*. Sendung *Zündfunk* (18.02.2012, 19.05 bis 20.00 Uhr).
- Mark, Oliver: „Facebook-Krieg‘ - Kein Friede zwischen Greenpeace und Nestlé“. In: *derStandard.at* (14.04.2010), online unter: <http://derstandard.at/1269449663787/Community-Facebook-Krieg---Kein-Friede-zwischen-Greenpeace-und-Nestle>.
- Maxim Gorki Theater: Online-Bühne, auf Facebook online unter: <http://www.facebook.com/groups/MGTOB>.
- Mayer, Gregor: „Orbán schenkt sich ein Stadion“. In: *derStandard.at* (22.04.2014), online unter: <http://derstandard.at/1397521320022/Orban-schenkt-sich-ein-Stadion>.
- McKinley Jr, James C.: „Beyoncé Accused of Plagiarism Over Video“. In: *Artsbeat.blogs.nytimes.com* (10.10.2011), online unter: http://artsbeat.blogS.nytimes.com/2011/10/10/beyonce-accused-of-plagiarism-over-video/?_r=0.
- Miklosi, Gábor: „Sérülhet a gyülekezési jog március 15-én“ [Das Recht auf Versammlungsfreiheit könnte am 15.03.2012 eingeschränkt sein]. In: *index.hu* (26.01.2012), online unter: http://index.hu/belfold/2012/01/26/serulhet_a_gyulekezesi_jog_marcius_15-en/.
- Millamedia.hu: Blog, online unter: <http://www.millamedia.hu/>.
- MoMA (Hrsg): Website, online unter: <http://www.moma.org>.

- MoMA (Hrsg.): Profil zu *The Artist is Present* auf Flickr, online unter: <https://www.flickr.com/photos/themuseumofmodernart/sets/72157623741486824/>.
- Momentum: Website, online unter: <https://momentum.hu/> (Zugriff am 08.08.2017).
- Mosemghvdlishvili, Lela; Jeroen Jansz: „Framing and praising Allah on YouTube: Exploring user-created videos about Islam and the motivations for producing them“. In: *New Media Society* (September 2012, zuerst online veröffentlicht), S. 1–19.
- Münchener Volkstheater: Website zum Spielplan vom Festival *Radikal Jung* 2013, online unter: <https://www.muenchner-volkstheater.de/radikal-jung/spielplan/austrian-psycho-ua>.
- Munster, Anna; Geert Lovink: „Theses on Distributed Aesthetics. Or, What a Network is Not“. In: *Fibreculture* 7 (2005), online unter: http://journal.fibreculture.org/issue7/issue7_munster_lovink_print.html.
- Nachtkritik.de (Hrsg.): Zusammenfassung der Kritiken zum Stückemarkt 2014, online unter: http://www.nachtkritik.de/index.php?option=com_content&view=article&id=9535%3Atheatertreffen-stueckemarkt-eine-institution-sucht-nach-neuen-wegen&catid=722%3Aberichte&Itemid=83.
- Nemtetszikarendszer.blog.hu: Blog, online unter: <http://nemtetszikarendszer.blog.hu/>.
- Nemtetszikarendszer: Facebook-Seite, online unter: <https://www.facebook.com/nemtetszikarendszer>.
- Népszabadság: Facebook-Seite, online unter: <https://www.facebook.com/nolhu/> (Zugriff am 08.08.2017).
- Nestle UK, Website zu „Pressreleases“, online unter: <http://www.nestle.co.uk/media/pressreleases/greenpeace-report>.
- Nestlé Global: Website zu „News Archive“, online unter: <http://www.nestle.com/media/news>.
- Neuberger, Christoph; Thorsten Quandt; Manfred Stede; Stefan Stieglitz: *Diskurse in Social Media*. Interdisziplinäres BMBF-Forschungsprojekt (2012–2015), Projektwebsite online unter: <http://www.social-media-analytics.org/de/>.
- Neumann, Arndt: „Das Internet-Dispositiv“. In: *tiefenschärfe* (2002), S. 10–12, online unter: http://www.slm.uni-hamburg.de/imk/tiefenschaerfe/tiefenschaerfe_Winter2002_03.pdf.
- Nézők a független társulatokért [Zuschauer/innen unterstützen die Freie Szene]: Facebook-Seite, seit 12.11.2012 online unter: <https://www.facebook.com/nezokEs-Fuggetlenek/info>.

QUELLENVERZEICHNIS

- Nyusztay, Maré: „Cenzúrázással, veszekedéssel ért véget a Milla“ [Mit Zensur und Streit ist die Milla aufgelöst worden]. In: *nol.hu* (08.04.2014), online unter: <http://nol.hu/belfold/cenzurazassal-veszekedessel-ert-veget-a-milla-1455415>.
- Oszváth, Stephan: „Theatermacher zwischen Selbstzensur und Trotz“. In: *Deutschlandfunk.de* (10.09.2016), online unter: http://www.deutschlandfunkkultur.de/ungarn-theatermacher-zwischen-selbstzensur-und-trotz.2159.de.html?dram:article_id=365525 (Zugriff am 08.08.2017).
- O.V.: „Schockvideo von Greenpeace wird für Nestlé zum PR-Debakel“. In: *Horizont.net* (18.03.2010), online unter: http://www.horizont.net/aktuell/marketing/pages/protected/Schockvideo-von-Greenpeace-wird-fuer-Nestl-zum-PR-Debakel_90941.html.
- O.V.: „A ,Nem tetszik a rendszer az első ötven legnépszerűbb videó között a YouTube-on“ [Das Video ,das System gefällt mir nicht‘ unter den ersten 50 beliebtesten Videos auf YouTube]. In: *nemtetszikarendszer.blog.hu* (18.10.2011), online unter: http://nemtetszikarendszer.blog.hu/2011/10/18/tamogasd_a_tuntetest2.
- O.V.: „100ezren kiáltották: nem tetszik!“ [100.000 haben geschrieben: es gefällt mir nicht]. In: *nemtetszikarendszer.blog.hu* (23.10.2011), online unter: http://nemtetszikarendszer.blog.hu/2011/10/23/koszonjuk_102.
- O.V.: „Erfolgreiche Anti-Kitkat-Kampagne“. In: *Utopia.de* (17.05.2010), online unter: <http://www.utopia.de/magazin/unternehmen-greenpeace-vs-nestle-erfolgreiche-anti-kitkat-kampagne-video-schokoriegel>.
- O.V.: „Success! You made Nestlé drop dodgy palm oil! Now let’s bank it with HSBC“. In: *Greenpeace Blog* (17.05.2010), online unter: <http://www.green-peace.org.uk/blog/forests/success-you-made-nestl%C3%A9-drop-dodgy-palm-oil-now-lets-bank-it-hsbc-20100517>.
- O.V.: „A Milla története már lezárult“ [Millas Geschichte ist schon zu Ende]. In: *millagyesislet.hu* (07.04.2014), online unter: <http://millagyesislet.hu/?p=100>.
- O.V.: „Hazitrollra nem lö a kim inkább letagadja“ [Das Ministerium streitet die Trolltätigkeit ab]. In: *nemtetszikarendszer.blog.hu* (28.10.2011), online unter: http://nemtetszikarendszer.blog.hu/2011/10/28/hazitrollra_nem_lo_a_kim_inkabb_etagadja?token=ee3dba1dfa46774f0eb9304ce64fc5d0.
- O.V.: „Hungary steps out“. In: *The Economist online* (01.01.2012), online unter: <http://www.economist.com/blogs/easternapproaches/2012/01/protest-hungary>.

- O.V.: „Jelentsd Navracsicsnak a minisztériumi trollt“ [Berichte Navracsics über den Troll des Ministeriums!]. In: *nemtetszikarendszer.blog.hu* (21.10.2011), online unter: http://nemtetszikarendszer.blog.hu/2011/10/21/jelentsd_navracsicsnak_a_minisztériumi_trollt?token=f5a0ba008a7943b919e3a15658d0177e.
- O.V.: „Megmutatták a civilek, hogy vaccpáör“ [Die Zivilen haben es ihnen gezeigt]. In: *index.hu* (23.10.2011), online unter: http://index.hu/video/2011/10/23/megmutat-tak_a_civilek_hogy_vaccpaor/.
- O.V.: „Nem tetszik, nem tetszik, nem tetszik a...“ [Es gefällt mir nicht, gefällt mir nicht, gefällt mir nicht, das...]. In: *mno.hu* (24.10.2011) online unter: <http://mno.hu/stenk/nem-tetszik-nem-tetszik-nem-tetszik-a-900236>.
- O.V.: „Orbán's Partei verliert Zweidrittelmehrheit“. In: *Süddeutsche.de* (22.02.2015), online unter: <http://www.sueddeutsche.de/politik/ungarn-orbns-partei-verliert-zweidrittelmehrheit-1.2363142>.
- O. V.: Balog Zoltánhoz fordulnak a független színházak [Die Freie Szene wendet sich an Zoltán Balog]. In: *origo.hu* (15.02.2016), online unter: <http://www.origo.hu/kultura/egyfelvonas/20160215-a-minisztériumhoz-fordulnak-a-fuggetlen-szinhazak-tamogatas-balog-zoltan-hoppal-peter.html> (Zugriff am 08.08.2017).
- O.V.: „A függetlenek helyzete fokozódik“ [Die Situation der Freien Szene spitzt sich zu]. In: *fidelio.hu* (13.05.2011), online unter: http://fidelio.hu/szinhaz/hirek/a_fuggetlenek_helyzete_fokozodik.
- O.V.: „Proteste in Budapest weitgehend friedlich“. In: *Süddeutsche.de* (21.09.2006), online unter: <http://www.sued-deutsche.de/politik/ungarn-proteste-in-budapest-weitge-hend-friedlich-1.846223>.
- O.V.: „Nestle try to censor our advert, get it pulled from Youtube“. In: *Greenpeace Blog* (17.03.2010), online unter: <http://www.greenpeace.org.uk/blog/forests/nestle-censor-our-advert-and-get-it-pulled-youtube-20100317>.
- O.V.: „Quartett mit schwarzem Péter. Linke Opposition in Ungarn einigt sich auf gemeinsame Kandidatenliste“. In: *Pesterlloyd.net* (14.01.2014), online unter: <http://www.pesterylloyd.net/html/1403quartett.html>.
- O.V.: „Szerepelj a videoklipben“ [Mach bei unserem Videoclip mit]. In: *nemtetszikarendszer.blog.hu* (13.10.2011), online unter: http://nemtetszikarendszer.blog.hu/2011/10/13/szerepelj_a_videoklipben.
- O.V.: „Greenpeace vs. Nestlé – gerechter Kampf um die Sache oder Propaganda ohne Rücksicht auf Verluste?“. In: *talkabout communications blog* (21.10.2010), online unter: <http://www.social-media-krise.de/greenpeace-vs-nestle-gerechter-kampf-um-die-sache-oder-propaganda-ohne-rucksicht-auf-verluste/>.

QUELLENVERZEICHNIS

- O.V.: „Alles konstruiert. Nestlé zu verurteilen hilft weder dem Urwald noch dem Orang-Utan“. In: *talkabout communications blog* (21.11.2010), online unter: <http://www.social-media-krise.de/alles-konstruiert-nestle-zu-verurteilen-hilft-weder-dem-urwald-noch-dem-orang-utan/>.
- O.V.: „Tausende demonstrieren gegen Orbáns Demokratieabbau“. In: *Zeit Online* (02.01.2015), online unter: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2015-01/ungarn-proteste-orban-demokratie>.
- O.V.: „Több tízezren tüntettek az Orbán-kormány ellen: ‚nem tetszik a rendszer‘“ [Mehrere 10.000 demonstrierten gegen die Orbán-Regierung: ‚das System gefällt uns nicht‘]. In: *Népszava.hu* (23.10.2011), online unter: <http://www.nepszava.hu/articles/article.php?id=484294>.
- O.V.: „Troll a KIM-ből: Navracsics embere álneven biztatta közösülésre a tüntetés szervezőjét“ [Troll aus dem KIM (Abkürzung des Ministeriums für öffentliche Verwaltung und Justiz, I.C.): Ein Mitarbeiter von Navracsics schlägt der Organisatorin der Demonstration unter einem nickname Geschlechtsverkehr vor]. In: *hvg.hu* (21.10.2011), online unter: http://hvg.hu/itthon/20111021_boszormenyi_robin_masters_mandiner.
- O.V.: „Válságban a Milla“ [Die ‚Milla‘ in der Krise]. In: *Magyar Narancs* (16.03.2012), online unter: <http://magyarnarancs.hu/belpol/valsagban-a-milla-79228>.
- O.V.: „Zehn Favoriten aus zehn Jahren YouTube. Das Videoportal YouTube wird zehn Jahre alt. Zehn Favoriten der Monopol-Redaktion“. In: *Monopol. Magazin für Kunst und Leben Online* (21.02.2015), online unter: <http://www.monopol-magazin.de/artikel/20109656/Zehn-Liebliche-aus-zehn-Jahren-YouTube.html>.
- O.V.: „Videóban tiltakoznak a függetlenek“ [Die Freie Szene protestiert mit einem Video.]. In: *Magyarnarancs.hu* (08.11.2012), online unter: <http://magyarnarancs.hu/szinhez2/videoan-tiltakoznak-a-fuggetlenek-82436>.
- O.V.: „Megkapják a Támogatásukat a Függetlenek“ [Die Freien Theater bekommen ihre Zuschüsse]. In: *fidelio.hu* (21.12.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhez/hirek/megkapjak_-tamogatasukat_a_fuggetlenek.
- O.V.: „Megkapták a Tavalyi Pénzeket a Függetlenek“ [Die Freie Szene hat die Zuschüsse des letzten Jahres erhalten]. In: *fidelio.hu* (23.05.2013), online unter: http://fidelio.hu/szinhez/hirek/megkaptak_-a_tavalyi_penzeket_a_fuggetlenek.
- O.V.: „Viszontválasz a FESZ tiltakozására“ [Antwort auf die Proteste des FESZ]. In: *fidelio.hu* (10.11.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhez/hirek/viszontvalasz_a_fesz_tiltakozasara.

- O.V.: „Reagálás az EMMI videóüzenetére“ [Reaktion auf die Videobotschaft des EMMI]. In: *fidelio.hu* (12.11.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhaz/hirek/reagalas_az_emmi_video-uzenetere.
- O.V.: „Januárra ígérk a függetlenek kifizetését“ [Den Freien wurde die Auszahlung ihrer Zuschüsse für kommenden Januar versprochen]. In: *fidelio.hu* (16.11.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhaz/hirek/januarra_igerik_a_fuggetlenek_kifizetese.
- O.V.: „'Elmúltnyolcévezéssel' vág vissza a kormány a független színházaknak“ [Die Regierung schlägt mit der ‚Die-vergangenen-acht-Jahre‘-Rede zurück]. In: *hvg.hu* (10.11.2012), online unter: http://hvg.hu/kultura/20121110_Video_elmultnyolc-evezessel_vag_vissza_a_k.
- O.V.: „Vor dem Begräbnis“. In: *nachtkritik.de* (27.11.2012), online unter: http://nacht-kritik.de/index.php?option=com_content&view=article&id=7501&catid=126&Itemid=67.
- O.V.: „Egy lájk, néhány jó szó‘ - a Facebookon küzdenek a FESZ-ért“ [Ein Like, ein paar gute Worte – auf Facebook kämpfen sie für den FESZ]. In: *hvg.hu* (13.11.2012), online unter: http://hvg.hu/kultura/20121113_fesz_facebook.
- O.V.: „Sziijártó: Nekünk sem tetszik a rendszer“ [Sziijártó: Uns gefällt das System auch nicht]. In: *index.hu* (24.10.2011), online unter: http://index.hu/belfold/2011/10/24/szijarto_nekunk_sem_tetszik_a_rendszer/.
- O.V.: „Csatasorban a függetlenek“ [Die Freie Szene im Kampf]. In: *fidelio.hu* (08.11.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhaz/hirek/csatasorban-_a_fuggetlenek.
- O.V.: „Kleiner David. Der Schweizer Großkonzern Nestlé verkauft seine Babynahrung in der Dritten Welt mit Methoden, die als ‚unethisch und unmoralisch‘ bezeichnet werden dürfen“. In: *Der Spiegel* (1976), H. 27, S. 112-113, auch online unter: <http://magazin.spiegel.de/EpubDelivery/spiegel/pdf/41213155>.
- O.V.: „Mondjon le! – L. Simon és a függetlenek“ [Er soll zurücktreten! – L.Simon und die Freie Szene]. In: *Magyarnarancs.hu* (29.10.2012), online unter: <http://magyar-narancs.hu/narancsblog/mondjon-le-l-simon-es-a-fuggetlenek-82254>.
- O.V.: „Kritikusok a függetlenek mellett“ [Theaterkritiker/innen halten zur freien Szene]. In: *fidelio.hu* (29.10.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhaz/hirek/kritikusok-_a_fuggetlenek_mellett.
- O.V.: „L. Simon: 2,4 milliárd forint a tervezett zárolás“ [Die geplanten Einsparungen betragen 2,4 Milliarden Forint]. In: *szinhaz.hu* (06.11.2012), online unter: <http://szin-haz.hu/szinhazi-hirek/49033-l-simon-24-milliard-forint-a-tervezett-zarolas>.

- O.V.: „Választási mozgalmat hoz létre Bajnai és a Milla 2014-re“ [Bajnai und Milla gründen eine gemeinsame Bewegung für die Wahlen]. In: *hvg.hu* (23.10.2012), online unter: http://hvg.hu/itthon/20121023_Valasztasi_mozgalmat_hoz_letre_Bajnai_es_.
- O.V.: „Civilek tüntettek a sajtószabadságért - Képek!“ [Bürger/innen protestieren für die Pressefreiheit – Bilder!]. In: *nepszava.hu* (14.01.2011), online unter: <http://www.nepszava.hu/articles/article.php?id=383794>.
- O'Reilly, Tim: „What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software“. (2005), S. 1, online unter: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>.
- Paas, Jörg: „Wir haben genug‘. Protest gegen Ungarns Regierung“. In: *Deutschlandradiokultur.de* (31.01.2012), online unter: http://www.deutschlandradiokultur.de/wir-haben-genug.979.de.html?dram:article_id=153003.
- Pál Frenák: Website der Kompanie, online unter: <http://www.frenak.hu/pal-fren-ak.html>.
- Patalong, Frank: „YouTube: Nur falsch ist wirklich echt“. In: *Spiegel Online* (11.09.2006), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/youtube-nur-falsch-ist-wirklich-echt-a-436070.html>.
- Peitz, Christiane: „Zu Besuch bei Ai Weiwei. Vasen oder Das Schweigen der Gegenwart“. In: *Der Tagesspiegel Online* (27.03.2014), online unter: <http://www.tagesspiegel.de/kultur/zu-besuch-bei-ai-weiwei-2-3-vasen-oder-das-schweigen-der-gegenwart/9672476.html>.
- Perrot, Capucine: „Here, I knew I was being watched“. (20.02.2014), auf der Website der Tate online unter: <http://www.tate.org.uk/context-comment/articles/here-i-knew-i-was-being-watched>.
- Perry Bard: Website zu *Man With A Movie Camera*, online unter: <http://dziga.perrybard.net/>.
- Pető, Péter: „Dorottya és Dóra – fiatal nők a rendszerellenes mozgalomban“ [Dorottya und Dora – junge Frauen in der Bewegung gegen das System]. In: *nol.hu* (06.11.2011), online unter: http://nol.hu/belfold/20111105-kepbe_kerultek.
- Petőcz, György: „A Milla-érzés – első rész“ [Das Milla-Gefühl, Teil 1]. In: *Magyar-narancs.hu* (19.10.2012), online unter: <http://magyarnarancs.hu/belpol/a-milla-erzes-elso-resz-82162>.
- Pintér, Béla: „Függetlenség és színházi progresszió“ [Unabhängigkeit und progressives Theater]. In: *fidelio.hu* (06.02.2012), http://fidelio.hu/szinhaz/magazin/pinter_bela_fuggetlenseg_es_szinhazi_progresszio.

- Pflanz, Mike: „Joseph Kony 2012: growing outrage in Uganda over film“. In: *Telegraph.co.uk* (08.03.2012), online unter: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/africaandindianocean/uganda/9131469/Joseph-Kony-2012-growing-outrage-in-Uganda-over-film.html>.
- Pippin Barr: Website zum Computerspiel *The Artist is Present*, siehe online unter: <http://www.pippinbarr.com/games/theartistspresent/TheArtistsPresent.html>.
- Planko, Gergő: „Kitört a Facebookról Orbán új ellenzéke“ [Orbáns neue Opposition ist aus Facebook herausgebrochen]. In: *index.hu* (01.11.2011), online unter: http://index.hu/belfold/2011/11/01/kitort_a_facebookrol_orban_uj_ellenzeke/#1.
- Plánko, Gergő: „Politikai mozgalommal alakult a Milla“ [Die Milla ist zu einer politischen Bewegung geworden.]. In: *index.hu* (10.10.2012), online unter: http://index.hu/belfold/2012/10/10/politikai_mozgalommal_alakul_a_milla/.
- Regenass, Romeo: „Nestlés Abwehr gegen Shitstorms“. In: *Tagesanzeiger.ch* (24.10.2013), online unter: <http://www.tagesanzeiger.ch/wirtschaft/unternehmen-und-konjunk-tur/Nestles-Abwehr-gegen-Shitstorms/story/30642493>.
- re:publica 2013: *Interview with Ai Weiwei* im YouTube-Kanal der re:publica, seit 08.05.2013 online unter: <http://youtu.be/29tk6vQXV64>.
- Reinbold, Fabian; Angela Gruber: „Was das Ende des Dauerstreits für YouTube-Nutzer bedeutet“. In: *Spiegel Online* (01.11.2016), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/gema-und-youtube-einigen-sich-das-aendert-sich-fuer-deutsche-Nutzer-a-1119200.html> (Zugriff am 08.08.2017).
- Reissmann, Ole: „Gema-Streit: YouTube sperrt jedes zweite angesagte Video“. In: *Spiegel Online* (28.01.2013), online unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/gema-streit-youtube-sperrt-61-5-prozent-der-angesagtesten-videos-a-880005.html>.
- Residenztheater München: Website zur *Twitter-Theater-Woche 2013*, online unter: <http://www.residenztheater.de/blogentry/premiere-twitter-theater-woche>.
- Reuter, Markus: „Bundestag beschließt Netzwerkdurchsetzungsgesetz“. In: *netzpolitik.org* (30.06.2017), online unter: <https://netzpolitik.org/2017/bundestag-beschliesst-netzwerkdurchsetzungsgesetz/> (Zugriff am 08.08.2017).
- Richter, Nikolai: „Post-Internet Art. Im Karneval der Zeichen“. In: *Zeit Online* (24.10.2014), online unter: <http://www.zeit.de/2014/42/digitalisierung-kunst-kuenstler>.
- Rimini Protokoll: Projektwebsite, online unter: http://www.rimini-protokoll.de/website/de/projects_date.php.

QUELLENVERZEICHNIS

- Rizzo, Theresa: „YouTube. The New Cinema of Attractions“. In: *Journal of Media Arts Culture* 5 (2008), online unter: http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal_id=109.
- robin masters: „Kedves Dorottya“. In: *mandinerblog.hu* (20.10.2011), online unter: http://mandiner.blog.hu/2011/10/20/kedves_dorottya.
- Rohrer, Jason: „Los Angeles Theater Review: Western Society (Gob Squad at REDCAT)“. In: *Stage and Cinema* (19.09.2014), online unter: <http://www.stageandcinema.com/2014/09/19/western-society-gob-squad/#sthash.mkU7WKyq.dpuf>.
- RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil): Website zu Nestlé's Mitgliedschaft, online unter: <http://www.rspo.org/en/member/458/nestl-sa>.
- Rucht, Dieter; Peter Hocke; Thomas Ohlemacher: *Dokumentation und Analyse von Protestereignissen in der Bundesrepublik Deutschland (Produt). Codebuch*. Discussion Paper FS III 92-103. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) 1992, S. 4, online unter: <http://bibliothek.wzb.eu/pdf/1992/iii92-103.pdf>.
- Salge, Oliver: „Nestlé, Have a break“. In: *Greenpeace Blog* (17.03.2010), online unter: <http://blog.greenpeace.de/blog/2010/03/17/have-a-break-nestle/>.
- Sándor, Grécsi: „Szóljanak be, de ne legyenek szexisták“ [Sie sollen sich äußern, aber keine Sexisten sein]. In: *index.hu* (24.10.2011), Min 02:30-02:51 im Video, online unter: http://index.hu/video/2011/10/24/karsay_dorottya/.
- Sajttószabadságért: Facebook-Seite, online unter: <https://www.facebook.com/sajttosabadsagert>.
- Schilling, Árpád: „A kultúra függetlenségéért!“ [Für die Unabhängigkeit von Kultur]. In: *fidelio.hu* (09.02.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhas/magazin/schilling_arpad_a_kultura_fuggetlensegeert.
- Schilling, Árpád: „Reagálás az EMMI videóüzenetére“ [Reaktion auf die Videobotschaft des EMMI]. In: *fidelio.hu* (12.11.2012), online unter: http://fidelio.hu/szinhas/hirek/reagalas_az_emmi_video-uzenetere.
- Schilling, Árpád: „Zur Situation der freien Theater in Ungarn“. In: *Blog der Bayerischen Staatsoper München* (22.11.2012), online unter: <http://blog.staatsoper.de/blog/zur-situation-der-freien-theater-in-ungarn>.
- Sch lindwein, Simone: „Schwarzer Teufel und weiße Heilige“. In: *taz.de* (09.03.2012), online unter: <http://www.taz.de/Video-der-Woche/!89319/>.
- Schulze, Gerhard: „Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0 - Kunst und Publikum im digitalen Zeitalter“. Vortrag gehalten auf der Konferenz *netz. macht. kultur - Kulturpolitik in der digitalen Gesellschaft*. 6. Kulturpolitischer Bildungskongress, 9. - 10. Juni 2011 in Berlin,

Vortragsmanuskript online unter: [http://www.netz-macht-kultur.de/47.html?&no_cache=1&tx_ttnews\[tt_news\]=-378&cHash=6710db7e3be5793374aed213235cee1d](http://www.netz-macht-kultur.de/47.html?&no_cache=1&tx_ttnews[tt_news]=-378&cHash=6710db7e3be5793374aed213235cee1d).

- Schumacher, Julia; Andreas Stuhlmann (Hrsg.): *Videoportale: Broadcast Yourself? Versprechen und Enttäuschung*. Hamburg: Institut für Medien und Kommunikation im Fachbereich SLM I der Universität Hamburg 2011 (=Hamburger Hefte zur Medienkultur, H. 12), online unter: http://www.slm.uni-hamburg.de/imk/HamburgerHefte/HH12_Videoportale.pdf.
- Serpentine Gallery (Hrsg.): Website zu *512 hours* von Marina Abramović, online unter: <http://www.serpentinegalleries.org/exhibitions-events/marina-midnight-serpentine-diaries>.
- Simamora, Adianto P.: „Govt drops designating plantations as forests“. In: *The Jakarta Post Online* (14.10.2010), online unter: <http://www.thejakartapost.com/news/2010/04/14/govt-drops-designating-plantations-forests.html>.
- Singh, Anita: „Tate Modern closes sunflower seed exhibit to the public“. In: *telegraph.co.uk* (16.10.2010), online unter: <http://www.telegraph.co.uk/culture/culturenews/8067119/Tate-Modern-closes-sunflower-seed-exhibit-to-the-public.html>.
- Slevogt, Esther: „Gott ist kein Demokrat“. In: *nachtkritik.de* (29.05.2013), online unter: http://www.nachtkritik.de/index.php?option=com_content&view=article&id=8202&catid=126.
- Slevogt, Esther: „Ungarns Freie Szene ruft um Hilfe“. In: *nachtkritik.de* (28.11.2012), online unter: http://nachtkritik.de/index.php?option=com_content&view=article&id=7505%3Afreie-theaterszene-ungarns-am-abgrund&catid=126%3Ameldungen&Itemid=67.
- Smith, Roberta: „At Tate Modern, Seeds of Discontent by the Ton“. In: *NYTimes.com* (18.10.2010), online unter: http://www.nytimes.com/2010/10/19/arts/design/19sunflower.html?_r=0.
- Spiegel Online (Hrsg.): „Thema NSA-Überwachung“. O.J., online unter: http://www.spiegel.de/thema/nsa_ueberwachung/.
- Stade, Philip: „This video is not available in Germany“. Online discourses on the German collecting society GEMA and YouTube“. In: *First Monday* 19 (2014), H. 10, online unter: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5548/4127>.
- Stahr, Jan-Uwe: „Sorge um die Republik Ungarn. Widerstand gegen Orbáns demokratiefeindliche Politik“. In: *dradio.de* (27.01.2012), online unter: <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/1662964/>.

QUELLENVERZEICHNIS

- Steel, Emily: „Nestlé Takes a Beating on Social-Media Sites. Greenpeace Coordinates Protests Over Food Giant's Palm-Oil Purchases“. In: *The Wall Street Journal Online* (29.03.2010), online unter: <http://online.wsj.com/news/articles/SB100014240-52702304434404575149883850508158>.
- Steffens, Beate: „Danke, liebe PR-Abteilung von Nestlé“. In: *Greenaction Blog* (18.03.2010), online unter: <http://blog.greenaction.de/?p=350>.
- Stockburger, Christoph: „Digitale Fluthelfer sind schneller und genauer“. In: *Zeit Online* (09.11.2011), online unter: <http://www.zeit.de/digital/internet/2011-11/thailand-flut-internet>.
- Studio K Theater: Website, online unter: <http://www.studiokszinhaz.hu/tarsulat/>.
- Sunflower seeds on ‚Sunflower Seeds‘ (2011)* auf vimeo, seit 2011 online unter: <http://vimeo.com/19362711>.
- Supernerds*: Website, online unter: www.supernerds.tv (Zugriff am 08.08.2017).
- Szemere, Katalin: „A független társulatok is empátiát és tiszteletet várnak“ [Die Freien Theatergruppen erwarten Empathie und Respekt]. In: *nol.hu* (21.11.2012), online unter: http://nol.hu/kultura/_a_fuggetlen_tarsulatok_is_empatiat_es_tisztelet_varnak-1347689.
- Szemere, Katalin: „A pályázóktól vonja el a legtöbbet a kulturális államtitkárság“ [Der Kulturstaatsekretär kürzt das Meiste bei der Freien Szene]. In: *nol.hu* (08.11.2012), online unter: http://nol.hu/kultura/a_palyazoktol_vonja_el_a_legtob-bet_a_kulturalis-allamtitkarsag-1344877.
- Szemere, Katalin: „Schilling besokallt. Nem pályázik több a Krétakör“ [Schilling hat genug. Krétakör bewirbt sich nicht mehr auf Ausschreibungen]. In: *nol.hu* (11.07.2014), online unter: <http://nol.hu/kultura/schilling-besokallt-nem-palyazik-tobbe-a-kretakor-1473699>.
- Tate Modern London (Hrsg.): *Tate Report 2013/2014*, S. 15, online auf der Website der Tate unter: <http://www.tate.org.uk/download/file/fid/42181>.
- Tate Modern (Hrsg.): Website zu den *Tate Live Performances*, online unter: <http://www.tate.-org.uk/whats-on/tate-modern/performance-and-music/bmw-tate-live-performance-room-selma-and-sofiane-ouissi>.
- Thajib, Ferdiansyah; Nuraini Juliastuti, Andrew Lowenthal, Alexandra Crosby: „A chronicle of Video Activism and Online Distribution in Post-New Order Indonesia“. In: Lovink; Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 178-194 (online).
- The Fakecase: Website, online unter: <http://fakecase.com/>.

- Thiel, Thomas: „Curator as Filter/User as Curator“. In: Lovink; Niederer (Hrsg.): *Video Vortex Reader. Responses to YouTube*, S. 181-188 (online).
- Theater tritt Netz: Konferenzwebsite, online unter: <http://theaterundnetz.de/>.
- Timm, Tobias: „Leiden für die Kunst“. In: *Zeit Online* (05.12.2012), online unter: <http://www.zeit.de/2012/49/Film-Marina-Abramovic-The-Artist-Is-Present>.
- Timm, Tobias; Marina Abramović: „600 Stunden auf dem Holzstuhl“. In: *Zeit Online* (23.03.2010), online unter: <http://www.zeit.de/2010/11/Interview-Abramovic>.
- Tollmann, Vera: „YouTube Magic. Videos on the net“. In: Lovink; Niederer (Hrsg.): *Video Vortex Reader. Responses to YouTube*, S. 169-172 (online).
- Tomos, Ádám: „Tőlünk értesült az MSZP közeledéséről a Milla“ [Die Milla wurde durch uns über die Annäherung der MSZP an die Bewegung informiert]. In: *mno.hu* (15.11.2011), online unter: <http://mno.hu/belfold/tolunk-ertesult-az-mszp-kozeledeserol-a-milla-1031865>.
- Toth, Borbála: *Mapping Digital Media: Hungary. A report by the Open Society Foundations* (2012), online unter: <http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-hungary-20120216.pdf>.
- Totz, Siegrid: „Nestlé redet sich raus“. In: *Greenpeace.de* (18.03.2010), online unter: <https://www.greenpeace.de/node/7433>.
- Transmediale 2013: Website, online unter: <http://www.transmediale.de/de/past/2013>.
- Transmediale 2014: Website, online unter: <http://www.transmediale.de/de/past/2014>.
- Treske, Andreas: *The inner life of video spheres. Theory for the YouTube Generation*. Amsterdam: Institute of Network Cultures Amsterdam 2013 (=Network Notebook Series Bd. 6), online unter: http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2013/02/0121-INC_NN6_BW4_lr_cover2.pdf.
- TTW13: Twitter-Account, online unter: <https://twitter.com/hashtag/TTW13>.
- Ulf, der Pausenchef. In: *Mypass.de*, online unter: <http://www.mypass.de/mypass/shows/webshows/ulf-der-pausenchef/>.
- Vanderbeeken, Robrecht: „Web Video and the Screen as a Mediator and Generator of Reality“. In: Lovink; Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 35-50 (online).
- Viral Video Awards 2010: Website, online unter: <http://www.viralvideoaward.com/nestle-palmoel/>.

QUELLENVERZEICHNIS

- Wagner, Meike: „Populärkultur und Archiv. Social Networking als Archivpraxis“. In: *MAP - Media | Archive | Performance, Ausgabe 1: Beweglicher Zugang™ - Eine Eröffnung*. (2009), online unter: <http://www.performap.de/map1/iv.-digitale-archiv-szenarien/Das-Populaere-und-das-Archiv.-Social-Networking>.
- Weber, Nicola Valeska: „Broadcast (Stock-)Footage. Überlegungen zum Archiv-Charakter von YouTube“. In: Schumacher; Stuhlmann (Hrsg.): *Videoportale: Broadcast Yourself?*, S. 43-57 (online).
- Werdermann, Felix: „Zweifelhafter Erfolg für Greenpeace“. In: *derFreitag Online* (19.05.2010), online unter: <http://www.freitag.de/autoren/felix-werdermann/zweifelhafter-erfolg-fur-greenpeace>.
- Werth, Wolfgang: „Niko Pelinka zieht Bewerbung zurück“. In: *oe1.ORF.at* (19.02.2012), online unter: <http://oe1.orf.at/artikel/295776>.
- Witness: Projektwebsite, online unter: <http://witness.org/>.
- Wyatt, Daisy: „Exhibit B ‚human zoo‘ show cancelled by the Barbican following campaigner protest“. In: *independent.co.uk* (24.09.2014), online unter: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/art/news/exhibit-b-human-zoo-show-cancelled-by-the-barbican-following-protest-9753519.html>.
- Your Nestle comments won't get deleted here: Facebook-Gruppe, seit 19.03.2010 online unter: <https://www.facebook.com/pages/Your-Nestle-comments-wont-get-deleted-here/100384110002109>.
- YouTube-Comment Poster-Bot – YouTube Commenting Software, Website online unter: <http://youtubecommentposterbot.com/>.
- YouTube Reader: Website, online unter: <http://www.youtubereader.com/>.
- YouTube: „Community Guidelines“ auf der Website, online unter: http://www.youtube.com/t/community_guidelines?hl=de&gl=DE.
- YouTube: Startseite, online unter: <https://www.youtube.com/?gl=DE>.
- YouTube: Statistik auf der Website, online unter: <http://www.youtube.com/yt/press/de/statistics.html>.
- YouTube: Unternehmensblog auf der Website, online unter: <http://youtube-global.blogspot.de/>.
- YouTube Unblocker: Website online unter: <http://www.unblocker.yt/de/youtube-unblocker-chrome/>.
- Zand, Bernhard; Klaus Brinkbäumer: „Ich lebe im Internet. Der chinesische Aktionskünstler Ai Weiwei, 56, über seine Bewacher und seinen grotesken Kleinkrieg mit der Regierung, die ihn seit drei Jahren nicht ausreisen lässt“. In: *Der Spiegel* (13.01.2014), H. 3, S. 84-86, online unter: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-124381322.html>.

- Zeit online, afp, dpa, vvö: „Oppositionszeitung an regierungsnahen Oligarchen verkauft“. In: *Zeit Online* (25.10.2016), online unter: <http://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2016-10/ungarn-nepszabadsag-oppositionszeitung-verkauft-viktor-orban> (Zugriff am 08.08.2017).
- Zepel, Tara: „Cultural Analytics at Work: The 2008 U.S. Presidential Online Video Ads“. In: Lovink; Somers Miles (Hrsg.): *Video Vortex Reader II. Moving Images Beyond YouTube*, S. 234-259 (online).
- Zerfaß, Ansgar; Martina Mahnke; Harald Rau; Alexander Boltze: *Bewegt Bildkommunikation im Internet – Herausforderungen für Journalismus und PR. Ergebnisbericht der Bewegt Bildstudie 2008*. Leipzig: Universität Leipzig 2008, online unter: <http://www.bewegt-bild-studie.de/BewegtBildstudie2008-Ergebnisbericht-UniLeipzig.pdf>.

Anhang

Anhangsverzeichnis

A) Anhang zu Kapitel 4: YouTube als Archiv für transnationale Protestnetzwerke: Greenpeace' Protest gegen Nestlé (2010).....	446
B) Anhang zu Kapitel 5: Die YouTube-Öffentlichkeit als Spiegel der ungarischen Gesellschaft: Politische Selbstinszenierung im Protestvideo <i>Nem tetszik a rendszer</i> (2011).....	452
C) Anhang zu Kapitel 6: Die Kommentare der YouTube-Öffentlichkeit als Akteure im Protestvideo der ungarischen Theaterszene auf YouTube (2012).....	455
D) Anhang zu Kapitel 7: YouTube als zusätzliches Display: Transformation der Kunstöffentlichkeit durch distribuierte Präsenz.....	458
E) Anhang zu Kapitel 8: YouTube als mediales Dispositiv: Die YouTube-Öffentlichkeit als einziges Publikum der <i>Tate Live Performances</i> (2012 – 2014).....	463
F) Anhang zu Kapitel 9: YouTube-Öffentlichkeit jenseits von Text und Sprache: Zirkuläre Reinszenierungen in <i>Gob Squads</i> Theaterperformance <i>Western Society</i> (2013).....	466
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis des Anhangs.....	467

A) Anhang zu Kapitel 4: YouTube als Archiv für transnationale Protestnetzwerke: Greenpeace' Protest gegen Nestlé (2010)



Abbildung A1: Screenshots des KitKat-Werbespots (links) und von Greenpeace' mimetisch subversivem Videoprotest mit einem Orang-Utan-Finger statt eines Schokoladenriegels in der KitKat-Verpackung (rechts) auf YouTube, online unter: <http://youtu.be/tPaPrLuXcQI> und <http://youtu.be/VaJjPRwExO8>



Abbildung A2: Screenshots der Webserie Break Training von KitKat, die ebenso wie das Video 1 von Greenpeace im Büro spielt, online unter: <http://youtu.be/DshbmwK0l1c>

PROTEST, KUNST UND THEATER AUF YOUTUBE

VIDEOS

BEITRÄGE AUF DER SEITE

7. Juli um 12:42

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

7. Juli um 12:41

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

7. Juli um 12:41

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Gefällt mir · Kommentieren
 10 23

KITKat hat einen Link geteilt.
18. März 2010

Liebe KIT KAT-Fans, wir finden die aktuelle Diskussion auf der KIT KAT Fan-Seite sehr schade. KIT KAT enthält nur sehr geringe Mengen an Palmöl - für die gesamte Jahresproduktion in unserem deutschen Werk werden weniger als 2 Tonnen Palmöl verwendet. Nestlé in Deutschland deckt seinen gesamten Bedarf an Palmöl durch entsprechende Zertifikate ab - dadurch wollen wir sicherstellen, dass für unsere Produkte kein Regenwald gerodet werden muss.

Nestlé Deutschland AG - Nestlé nimmt Stellung zu Greenpeace-Aussagen: Nestlé Deutschland unterstützt

Nestlé Deutschland AG: Informationen zur gesunden Ernährung, zum Unternehmen Nestlé und seinen Marken, MR Presseservice, Stellenanzeigen, Fachwissen zur Ernährung, Produktinfos und Ernährungsberatung.

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen
 1 1

KITKat
17. März 2010

Liebe Fans, wir mussten das hier gepostete Video leider löschen, weil es gegen die Regeln unserer Fanseite verstößt. Wir möchten Inhalte vermeiden, die beleidigend, schockierend oder verleumderisch sind. Wir bitten um Euer Verständnis.

Gefällt mir · Kommentieren
 49 44

Vaska Lazarova, Beatrix Thome und 45 anderen gefällt das.

Desiree Kocer richtig!!!
17. März 2010 um 10:41

Tanja Diessner och....
17. März 2010 um 10:44

Tobi Mandt Liebes KitKat, Du möchtest wohl eher Inhalte vermeiden, die nicht in die Werbestrategie passen, oder? Ich mag Dich wirklich gerne - vor allem "White Chunky", aber ich bin doch etwas entsetzt, was ich so über Deine Herstellungsmethoden erfahren habe.
17. März 2010 um 10:49

Cola Cola ach manooo
17. März 2010 um 10:49

Pana Avramidis puzis
17. März 2010 um 10:49

Abbildung A3: Screenshot der Facebook-Website von KitKat mit der Nachricht vom 17.03.2010, dass das Greenpeace-Video Have a Break? gelöscht wurde, online unter: https://www.facebook.com/KitKatde/timeline?ref=page_internal.



Abbildung A4: Screenshot der Software Maxqda zur Codierung der Videokommentare im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse (hier Codierungsprozess zur Greenpeace' Video 1)

PROTEST, KUNST UND THEATER AUF YOUTUBE

Tabelle TA1: Codehäufigkeiten (Codes und Subcodes) zu den codierten Kommentarinhalten zu Video 1 von Greenpeace: Have a Break? (eigene Darstellung)

Liste der Codes für n = 980 Kommentarinhalt in 651 Kommentaren zu Video 1 von Greenpeace auf YouTube: Have a Break?	Absolute Häufigkeit der Kommentarinhalt	Relative Häufigkeit der Kommentarinhalt in %
ALLE CODES	980	100%
NESTLÉ/ KITKAT	282	29%
Kritik	154	16%
Verteidigung	88	9%
Veränderungen nach Protest: keine Palmölnutzung mehr	21	2%
allgemein/neutral	13	1%
Fair-Trade-Logo auf KitKat	2	0%
Kooperation Android KitKat Sept. 2013	4	0%
VIDEO	274	28%
Dramaturgie, Bildästhetik, Titel	169	17%
Beurteilung insgesamt	86	9%
allgemein	19	2%
ANDERE KONTEXTE	131	13%
Umweltschutz /Klimaschutz/Tierschutz	35	4%
Andere Skandale	32	3%
Gesellschaftskritik	33	3%
sonstige	21	2%
Zitate aus/Bezüge zu anderen Quellen	10	1%
Politik	0	0%
GREENPEACE	113	12%
Kritik	58	6%
Lob, Affirmation	52	5%
allgemein/neutral	2	0%
Proteste im öffentlichen Raum	1	0%
KRITIK AN ANDEREN KOMMENTAR- INHALTEN	78	8%
YOUTUBE UND INTERNET SELBST	35	4%
SONSTIGE	67	7%

ANHANG

Tabelle TA2: Codehäufigkeiten (Codes und Subcodes) zu den codierten Kommentarinhalten zu Video 2 von Greenpeace: Kein Palmöl aus Urwaldzerstörung! (eigene Darstellung)

Liste der Codes für n = 474 Kommentarinhalte in 283 Kommentaren zu Video 2 von Greenpeace auf YouTube: <i>Kein Palmöl aus Urwaldzerstörung!</i>	Absolute Häufigkeit der Kommentarinhalte	Relative Häufigkeit der Kommentarinhalte in %
ALLE CODES	474	100%
NESTLÉ/KITKAT	147	31%
Kritik	107	23%
Verteidigung	18	4%
Veränderungen nach Protest: keine Palmölnutzung mehr	9	2%
Fair-Trade-Logo auf KitKat	8	2%
allgemein /neutral	5	1%
Kooperation Android KitKat Sept. 2013	0	0%
ANDERE KONTEXTE	122	26%
sonstige	31	7%
Zitate aus/Bezüge zu anderen Quellen	25	5%
Umweltschutz / Klimaschutz/ Tierschutz	22	5%
Gesellschaftskritik	20	4%
andere Skandale	17	4%
Politik	7	1%
VIDEO	78	16%
Dramaturgie, Bildästhetik, Titel	39	8%
Beurteilung insgesamt	38	8%
allgemein	1	0%
GREENPEACE	47	10%
Kritik	28	6%
Lob, Affirmation	18	4%
allgemein/neutral	0	0%
Proteste im öffentlichen Raum	1	0%
KRITIK AN ANDEREN KOMMENTARINHALTEN	38	8%
YOUTUBE UND INTERNET SELBST	25	5%
SONSTIGE	17	4%

Tabelle TA3: Codehäufigkeiten (Codes und Subcodes) zu den codierten Kommentarinhalten zu Video 2 von Greenpeace: Nestlé, KitKat, Orang-Utans (eigene Darstellung)

Liste der Codes für n = 425 Kommentarinhalte in 267 Kommentaren zu Video 3 von Greenpeace auf YouTube: Nestlé, KitKat, Orang-Utans	Absolute Häufigkeit der Kommentarinhalte	Relative Häufigkeit der Kommentarinhalte in %
ALLE CODES	474	100%
NESTLÉ/KITKAT	148	35%
Kritik	92	22%
Verteidigung	33	8%
Veränderungen nach Protest: keine Palmölnutzung mehr	9	2%
Fair-Trade-Logo auf KitKat	0	0%
allgemein /neutral	5	1%
Kooperation Android KitKat Sept. 2013	9	2%
ANDERE KONTEXTE	80	19%
andere Skandale	21	5%
sonstige	20	5%
Umweltschutz /Klimaschutz/ Tierschutz	13	3%
Gesellschaftskritik	11	3%
Zitate aus/Bezüge zu anderen Quellen	9	2%
Politik	6	1%
VIDEO	88	21%
Dramaturgie, Bildästhetik, Titel	62	15%
Beurteilung insgesamt	22	5%
allgemein	4	1%
GREENPEACE	37	9%
Kritik	22	5%
Lob, Affirmation	11	3%
allgemein/neutral	4	1%
Proteste im öffentlichen Raum	0	0%
KRITIK AN ANDEREN KOMMENTARINHALTEN	30	7%
YOUTUBE UND INTERNET SELBST	24	6%
SONSTIGE	18	4%

B) Anhang zu Kapitel 5: Die YouTube-Öffentlichkeit als Spiegel der ungarischen Gesellschaft: Politische Selbstinszenierung im Protestvideo *Nem tetszik a rendszer* (2011)



Abbildung B1: Screenshot der im YouTube-Kanal der Initiative Milla zusammengestellten Videobotschaften als Regierungsproteste. Hier: Neukontextualisierung eines Interviews von Orbán, als er noch in der Opposition war und sich dafür aussprach, „für Freiheitsrechte zu kämpfen“ (Videotitel), Video seit 06.10.2011 online auf YouTube unter: <https://youtu.be/sQj95MzDH80>



Abbildung B2: Screenshots des Videos NTR auf YouTube mit Mashups aus den Videobotschaften ungarischer Persönlichkeiten im YouTube-Kanal der Milla (hier die Choreografin Johanna Bodor und der Sänger János Bródy)

PROTEST, KUNST UND THEATER AUF YOUTUBE

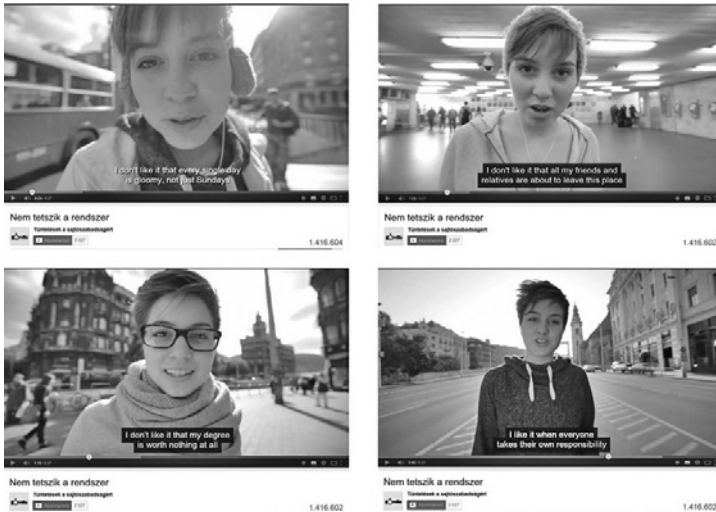


Abbildung B3: Screenshots des Videos NTR auf YouTube mit der Sängerin als Protagonistin in unterschiedlicher Kleidung in Budapest

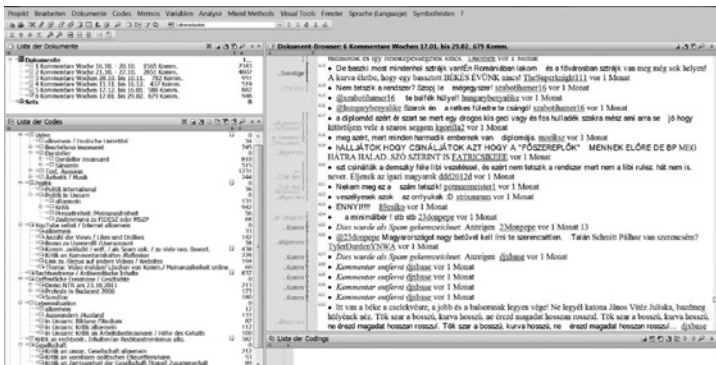


Abbildung B4: Liste aller Codes und Subcodes (linke Spalte) zu den n=8868 Kommentarhalten in 6902 Kommentaren zum Video NTR auf YouTube im Untersuchungszeitraum vom 16.10.2011 bis 29.02.2012 (Ansicht der Codings als Screenshot der Software Maxqda)

ANHANG

Tabelle TB1: Anzahl der geposteten Kommentare zum Video NTR auf YouTube im Zeitraum von Oktober 2011 bis 22. August 2014 (eigene Darstellung)

Zeitraum der Datenanzeige der geposteten Kommentare zum Video NTR auf YouTube	Anzahl der Kommentare je Zeitraum
Oktober 2011-Februar 2012	6902
März-Juli 2012	823
August-Dezember 2012	457
Januar-Juni 2013	458
Juli-Dezember 2013	404
Januar-22. August 2014	260
GESAMT nach manuellen Berechnungen:	9304
GESAMT nach Angabe auf der YouTube-Website am 22.08.2014	8233*

*Die Diskrepanz zwischen den beiden Gesamtsummen tritt auf, weil das YouTube-Display im Laufe der Jahre seit 2011 verändert wurde und zum Beispiel Angaben wie „der Kommentar wurde entfernt“ oder „als Spam gekennzeichnet“ nicht mehr angezeigt werden.

C) Anhang zu Kapitel 6: Die Kommentare der YouTube-Öffentlichkeit als Akteure im Protestvideo der ungarischen Theaterszene auf YouTube (2012)

Tabelle TC1: Verteilung der Häufigkeiten auf die Subcodes im Rahmen des Codes ‚FESZ im Video‘ in den Kommentarinhalten zu den Videos FESZ 1 lang und FESZ 1 kurz (eigene Darstellung)

SUBCODES im Rahmes des Codes ‚FESZ im Video‘	Codehäufigkeit bei FESZ 1 lang in %	Codehäufigkeit bei FESZ 1 kurz in %
Zustimmung zu FESZ	18%	6%
Neutrale Aussagen	-	6%
Kritik an der staatlichen Subvention der Freien Szene	9%	15%
Kritik an Theaterästhetiken	7%	4%
Kritik an der Videoaussage	6%	12 %
Fehlende Glaubwürdigkeit von FESZ	3%	-
Kritik an der vermuteten politischen Einstellung zu FESZ, Bezug zu linken Parteien	2%	-
GESAMT: Code ‚FESZ im Video‘	45%	43%

Tabelle TC2: Verteilung der Häufigkeiten auf die Subcodes im Rahmen des Codes ‚Politik allgemein‘ in den Kommentarinhalten zu den Videos FESZ 1 lang und FESZ 1 kurz (eigene Darstellung)

SUBCODES im Rahmes des Codes ‚Politik allgemein (Ungarn und Ausland)‘	Codehäufigkeit bei FESZ 1 lang in %	Codehäufigkeit bei FESZ 1 kurz in %
Kritik an anderen politischen Ausgaben	18%	8%
Politik im Ausland	6%	-
Kritik an MSZP	3%	-
GESAMT: Code ‚Politik allgemein (Ungarn und Ausland)‘	27%	8%

Tabelle TC3: Aus dem Ungarischen übersetztes, zusammenfassendes Sequenzprotoll zu den Vorwürfen der Protestgegner/innen als Akteur/innen im Video FESZ 2 (eigene Darstellung)

Im Video FESZ 2 thematisierte Vorwürfe der Protestgegner:	Antwort des FESZ:
„Warum schickt ihr Videobotschaften mit Angriffen auf das Ministerium, warum sucht ihr nicht den Dialog?“ (Min 00:05-00:08)	„Seit Mai 2012 versuchen wir mit dem Ministerium in Kontakt zu treten.“ Auf sieben Briefe an das EMMI sei nur 1 Antwort ohne Informationen erfolgt, erst auf den Videoprotest reagierte das Ministerium. (00:10-00:31)
„Ok, und ihr habt erfahren, dass es Einsparmaßnahmen geben wird. Was habt ihr denn erwartet? Wir sind in einer Krise.“ (00:32-00:37)	„Alles klar, dann schauen wir mal, wer seinen Gürtel wie eng schnallen muss.“ (00:35-00:37). Es folgen Zahlenangaben zu den Subventionen der Freien Szene im Vergleich zum Staatshaushalt: Die Summe beträgt „0,0044% der Jahressumme des Staatshaushaltes“. Das EMMI muss 2,4 Milliarden sparen, die Kürzung bei der Freien Szene liegt bei 10% dieser Summe, was beipiello und in keinem Verhältnis ist. (00:38-01:01)
„Wie könnt ihr behaupten ihr seid unabhängig, wenn ihr jetzt jammert, der Staat solle euch Geld geben?“ (01:02-01:10)	„Ok, das ist ein berechtigter Einwand, klären wir das schnell: Der Staat unterstützt uns, er finanziert uns aber nicht komplett.“ (01:11-01:24) Es folgen Daten und Fakten zum Anteil der Suventionen zu Eigeneinnahmen, EU-Projektzuschüssen u.a. („30 % vs. 60-70%“) und zum „Bildungsauftrag der freien Theater, die auch im Umland und in Schulen spielen“ und „zur Förderung der Chancengleichheit“ beitragen. „Zu 1 Forint Steuer können die freien Theater nicht selten 4 Forint nicht-staatliche Steuereinnahmen hinzufügen.“ Dennoch sei „seit 2009 die jährliche finanzielle Unterstützung der Freien Szene um 62% gesunken.“ (01:25-01:58)
„Aber wenn der Kulturstaatssekretär sagt, es gebe nun mal so viel Geld und mehr nicht?“ (01:59-02:02)	„Ok, dann schauen wir uns mal um: wo ist das heutzutage für die Kultur bestimmte Geld?“ „Das Opernhaus hat 2011 neben der jährlichen Förderung 1,4 Milliarden Forint zusätzlich erhalten, die Markó Iván Gruppe [Ballett, Zusatz I.C.] hat 155 Millionen außerplanmäßig für dieses Jahr erhalten* und 300 Millionen für Imre Kerényis neues Projekt, für die Nationalbibliothek.“ (02:01-02:20) „Vom Fußball ganz zu schweigen: 250 Millionen für Fradi [Fußballverein aus Budapest, Zusatz I.C.], 800 Millionen für das Stadion in Diosgyör und 12,5 Milliarden für die Halle in Debrecen“ (02:21-02:27). „Na gut, das ist doch unter der Gürtellinie und trivial.“ (02:28-02:29)

PROTEST, KUNST UND THEATER AUF YOUTUBE

„Aber diese Gelder verausgabt nicht der Kulturstaatssekretär“ (02:30-02:36)	„Es ist die Aufgabe und Pflicht eines Staatssekretärs, vor allem eines Ministers, für die notwendigen Geldquellen zu kämpfen.“ (02:37-02:39)
„Was wir uns von Zoltán Balog und von László L. Simon wünschen?“ (02:39-02:41)	„Abstimmung, vernünftigen Dialog an den Verhandlungstischen im Ministerium, Empathie und Respekt, was allen zustehen muss, die im Sinne des Gemeinwohls arbeiten.“ (02:42-02:49)
„Wenn es kein Geld gibt, macht ihr wirklich zu?“ (02:50-02:52)	„Es wird kein Geld geben. 2012 hat der ungarische Staat die Freie Szene nicht gefördert. Wie wir es beim ersten Mal gesagt haben: 2013 verschwinden die freien Theater in Ungarn.“ (02:53-03:06)

*Gegen diese Förderung der FIDESZ-nahen Kompanie um Iván Markó protestierten Mitglieder von Krétakör im Mai 2013 in einer Intervention am Ende einer Aufführung der Tanzgruppe, nachdem bereits im September 2012 Tänzer/innen und Choreograf/innen der freien Szene in einem offenen Brief gegen diese unverhältnismäßig hohe Fördersumme protestiert hatten. Vgl. Anja Quickert: „Gott ist kein Demokrat“. In: *Theater heute* 55 (2014), H. 2, S. 48-52, hier S. 48.

D) Anhang zu Kapitel 7: YouTube als zusätzliches Display: Transformation der Kunstöffentlichkeit durch distribuierte Präsenz

Tabelle TD1a: Verteilung der Häufigkeiten auf die Subcodes im Rahmen des Codes ‚Video: Ai Weiwei Sunflower Seeds‘ in den Kommentarinhalten zum Video Ai Weiwei: Sunflower Seeds auf YouTube (eigene Darstellung)

SUBCODES im Rahmes des Codes ‚Video: Ai Weiwei Sunflower Seeds‘	Codehäufigkeiten in %
Porzellanhersteller und -malerinnen	10%
Produktionsprozess des Werks	6%
Lob	6%
Videoästhetik/-dramaturgie	4%
Video allgemein	2%
GESAMT: Code ‚Video: Ai Weiwei Sunflower Seeds‘	28%

Tabelle TD2a: Verteilung der Häufigkeiten auf die Subcodes im Rahmen des Codes ‚Die Installation Sunflower Seeds in der Tate Modern‘ in den Kommentarinhalten zum Video Ai Weiwei: Sunflower Seeds auf YouTube.

SUBCODES im Rahmes des Codes ‚Die Installation Sunflower Seeds in der Tate Modern‘	Codehäufigkeiten in %
Interpretationen	8%
Lob	5%
gesundheitliche Bedenken zum Porzellanstaub	3%
Installation als Kunstwerk	3%
Ausstellung allgemein	2%
Kritik an der Ausstellung	2%
Kritik am Museum Tate als Display	1%
GESAMT: ‚Die Installation Sunflower Seeds in der Tate Modern‘	24%

Tabelle TD1b: Verteilung der absoluten und relativen Häufigkeiten der codierten Kommentarinhalte zum Video TOiP 1 von Amir Baradaran auf YouTube, seit 17.03.2010 online unter: https://www.youtube.com/all_comments?v=9qRJI6hZ_Zs (eigene Darstellung)

Liste der Codes und Subcodes für n = 67 Kommentarinhalte in 30 Kommentaren zum Video TOiP 1 auf YouTube	Absolute Häufigkeit der Kommentarinhalte	Relative Häufigkeit der Kommentarinhalte in %
ALLE CODES	67	100%
PERFORMANCE TOiP und VIDEOS TOiP 1-4	16	24%
Ästhetik, Dramaturgie: Kritik	12	18%
Ästhetik, Dramaturgie: Lob	0	0%
Videos allgemein	4	6%
KUNSTREZIPIENTEN: MUSEUMSBESUCHER und YOUTUBE-NUTZER	18	27%
YouTube-Nutzer	15	22%
Museumsbesucher	3	5%
AMIR BARADARAN	12	18%
Kritik	11	16%
Allgemein	1	2%
Lob	0	0%
MARINA ABRAMOVIC	12	18%
PERFORMANCE AiP im MoMA	7	10%
Performance als Kunstwerk	5	8%
Lob	1	1%
allgemein	1	1%
Kritik an der Performance	0	0%
MoMA als Museum	0	0%
SONSTIGE/SPAM	2	3%

ANHANG

Tabelle TD2b: Verteilung der absoluten und relativen Häufigkeiten der codierten Kommentarinhalte zum Video TOiP 2 von Amir Baradaran auf YouTube, seit 17.03.2010 online unter: https://www.youtube.com/all_comments?v=POJpUeKHj5o (eigene Darstellung)

Liste der Codes und Subcodes für n = 104 Kommentarinhalte in 41 Kommentaren zum Video TOiP 2 auf YouTube	Absolute Häufigkeit der Kommentarinhalte	Relative Häufigkeit der Kommentarinhalte in %
ALLE CODES	104	100%
PERFORMANCE TOiP und VIDEOS TOiP 1-4	22	21%
Ästhetik, Dramaturgie: Kritik	10	9%
Videos allgemein	6	6%
Ästhetik, Dramaturgie: Lob	6	6%
KUNSTREZIPIENTEN: MUSEUMSBESUCHER und YOUTUBE-NUTZER	16	16%
YouTube-Nutzer	8	8%
Museumsbesucher	8	8%
AMIR BARADARAN	19	18%
Kritik	12	12%
Allgemein	2	2%
Lob	5	5%
MARINA ABRAMOVIC	22	21%
PERFORMANCE AiP im MoMA	20	19%
Performance als Kunstwerk	16	15%
Lob	2	2%
allgemein	0	0%
Kritik an der Performance	1	1%
MoMA als Museum	1	1%
SONSTIGE/SPAM	5	5%

Tabelle TD3b: Verteilung der absoluten und relativen Häufigkeiten der codierten Kommentarinhalte zum Video TOiP 3 von Amir Baradaran auf YouTube, seit 17.03.2010 online unter: https://www.youtube.com/all_comments?v=Al72FAOQdbw (eigene Darstellung)

Liste der Codes und Subcodes für n = 67 Kommentarinhalte in 32 Kommentaren zum Video TOiP 3 auf YouTube	Absolute Häufigkeit der Kommentarinhalte	Relative Häufigkeit der Kommentarinhalte in %
ALLE CODES	67	100%
PERFORMANCE TOiP und VIDEOS TOiP 1-4	20	30%
Ästhetik, Dramaturgie: Kritik	8	12%
Ästhetik, Dramaturgie: Lob	6	9%
Videos allgemein	6	9%
KUNSTREZIPIENTEN: MUSEUMSBESUCHER und YOUTUBE-NUTZER	16	24%
YouTube-Nutzer	15	22%
Museumsbesucher	1	2%
AMIR BARADARAN	9	13%
allgemein	6	9%
Kritik	2	3%
Lob	1	1%
MARINA ABRAMOVIC	8	12%
PERFORMANCE AiP im MoMA	12	18%
Performance als Kunstwerk	11	16%
MoMA als Museum	1	1%
Lob	0	0
allgemein	0	0
Kritik an der Performance	0	0
SONSTIGE/SPAM	2	3%

ANHANG

Tabelle TD4b: Verteilung der absoluten und relativen Häufigkeiten der codierten Kommentarinhalte zum Video TOiP 4 von Amir Baradaran auf YouTube, seit 17.03.2010 online unter: https://www.youtube.com/all_comments?v=BsZcnzfiNuQ (eigene Darstellung).

Liste der Codes und Subcodes für n = 19 Kommentarinhalte in 8 Kommentaren zum Video TOiP 4 auf YouTube	Absolute Häufigkeit der Kommentarinhalte	Relative Häufigkeit der Kommentarinhalte in %
ALLE CODES	19	100%
PERFORMANCE TOiP und VIDEOS TOiP 1-4	4	21%
Ästhetik, Dramaturgie: Kritik	2	10,5%
Ästhetik, Dramaturgie: Lob	2	10,5%
Videos allgemein	0	0%
KUNSTREZIPIENTEN: MUSEUMSBESUCHER und YOUTUBE-NUTZER	2	10%
YouTube-Nutzer	1	5%
Museumsbesucher	1	5%
AMIR BARADARAN	6	32%
Kritik	4	21%
allgemein	2	11%
Lob	0	0
MARINA ABRAMOVIC	3	16%
PERFORMANCE AiP im MoMA	4	21%
MoMA als Museum	2	11%
Performance als Kunstwerk	1	5%
Kritik an der Performance	1	5%
Lob	0	0
allgemein	0	0
SONSTIGE/SPAM	0	0%

E) Anhang zu Kapitel 8: YouTube als mediales Dispositiv: Die YouTube-Öffentlichkeit als einziges Publikum der Tate Live Performances (2012 – 2014)

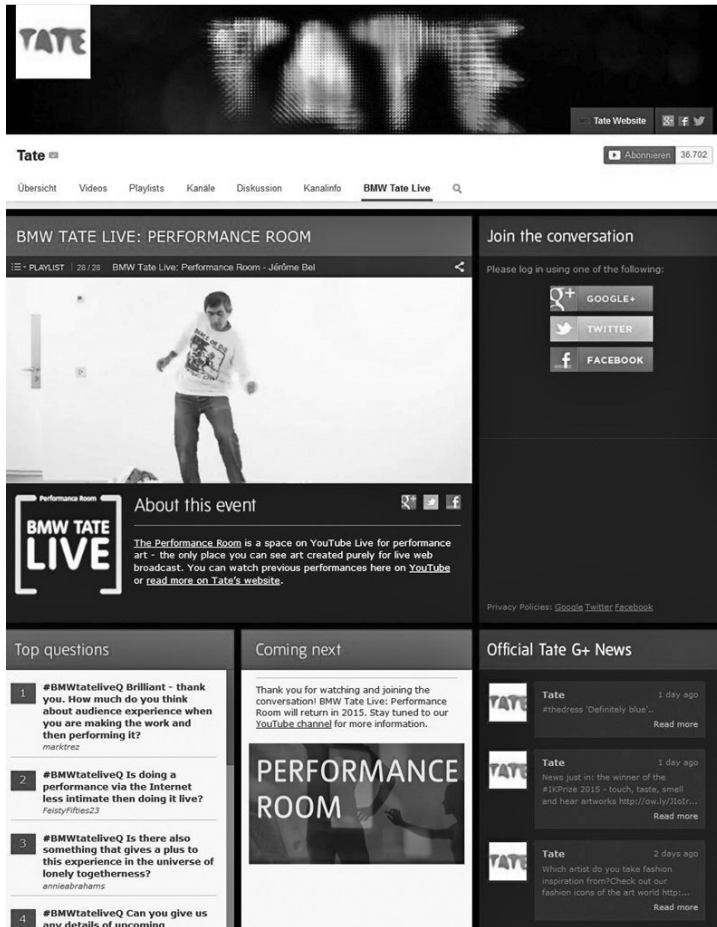


Abbildung E1: Gesamtansicht des Tate Live Performance Rooms auf YouTube, in dem nicht nur die Live-Übertragung der Performance, sondern auch die Kommentare sowie die Top questions der Kommentator/innen zu sehen sind. Hier: Screenshot aus Jérôme Bels Performance Shirtology 2012 am 22.03.2012, auf YouTube online unter: http://youtu.be/CQotVAy5_5s?list=PL7B555916AE949967

ANHANG

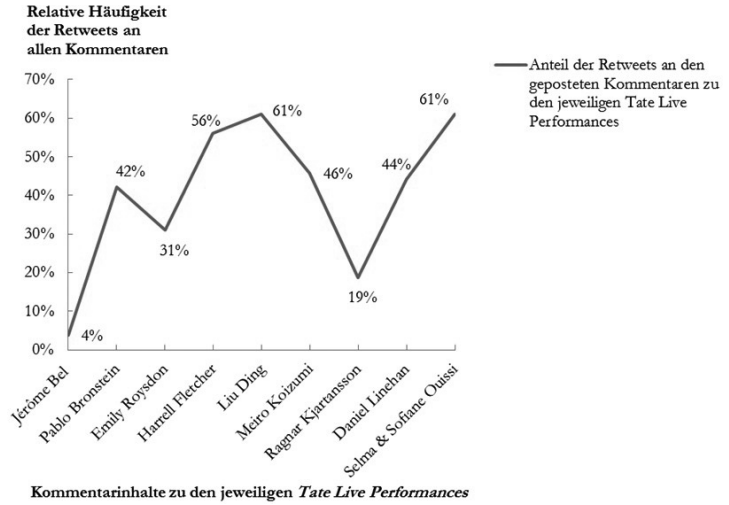


Abbildung E2: Anteil der Retweets an allen Kommentarinhalt zu den analysierten Tate Live Performances (eigene Darstellung)

PROTEST, KUNST UND THEATER AUF YOUTUBE

Tabelle TE1: Verteilung der relativen Codehäufigkeiten in den Live-Kommentaren zu den analysierten Tate Live Performances (2012–2014) im Vergleich (eigene Darstellung), alle YouTube-Videos der Performances online auf YouTube unter: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL7B555916AE949967&feature=plcp>

	ANALYSIERTE LIVE-KOMMENTARE ZU DEN TATE LIVE PERFORMANCES AUF YOUTUBE								
CODES	J. Bel	P. Bronstein	E. Roysdon	H. Fletcher	L. Ding	M. Koi-zumi	R. Kjar-tansson	D. Linehan	S. & S. Ouissi
Performance	34%	24%	25%	21%	21%	30%	38%	22%	23%
Mediales Dispositiv YouTube	13%	32%	27%	26%	23%	18%	15%	20%	20%
Tate Modern	9%	21%	17%	25%	17%	21%	12%	19%	20%
Publikum	21%	8%	12%	7%	14%	7%	15%	14%	14%
Künstler selbst	9%	13%	11%	14%	18%	21%	13%	21%	20%
Künstlergespräch nach der Performance	6%	2%	6%	7%	7%	3%	7%	4%	3%
Sonstiges/Spam	8%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ALLE CODES	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Grundgesamtheit n (Anzahl aller codierten Kommentarinhalte als absoluter Wert)	n = 733 (in 453 geposteten Kommentaren auf YouTube)	n = 182 (in 64)	n = 263 (in 103)	n = 179 (in 57)	n = 232 (in 59)	n = 140 (in 46)	n = 159 (in 75)	n = 110 (in 34)	n = 192 (in 59)

F) Anhang zu Kapitel 9: YouTube-Öffentlichkeit jenseits von Text und Sprache: Zirkuläre Reinszenierungen in Gob Squads Theaterperformance *Western Society* (2013)



Abbildung F1: Screenshots aus Western Society: Gob Squad als ‚Kommentator/innen‘ und die teilnehmenden Zuschauer/innen als Co-Akteur/innen auf der Bühne

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis des Anhangs

Abbildung A1: Screenshots des KitKat-Werbespots (links) und von Greenpeace' mimetisch subversivem Videoprotest mit einem Orang-Utan-Finger statt eines Schokoladenriegels in der KitKat-Verpackung (rechts) auf YouTube, online unter: http://youtu.be/tPaPrLuXcQI und http://youtu.be/VaJjPRwExO8	446
Abbildung A2: Screenshots der Webserie <i>Break Training</i> von KitKat, die ebenso wie das Video 1 von Greenpeace im Büro spielt, online unter: http://youtu.be/DshbnwK0l1c	446
Abbildung A3: Screenshot der Facebook-Website von KitKat mit der Nachricht vom 17.03.2010, dass das Greenpeace-Video <i>Have a Break?</i> gelöscht wurde, online unter: https://www.facebook.com/KitKatde/timeline?ref=page_internal	447
Abbildung A4: Screenshot der Software Maxqda zur Codierung der Videokommentare im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse (hier Codierungsprozess zu Greenpeace' Video 1).....	448
Tabelle TA1: Codehäufigkeiten (Codes und Subcodes) zu den codierten Kommentarinhalten zu Video 1 von Greenpeace: <i>Have a Break?</i> (eigene Darstellung).....	449
Tabelle TA2: Codehäufigkeiten (Codes und Subcodes) zu den codierten Kommentarinhalten zu Video 2 von Greenpeace: <i>Kein Palmöl aus Urwaldzerstörung!</i> (eigene Darstellung).....	450
Tabelle TA3: Codehäufigkeiten (Codes und Subcodes) zu den codierten Kommentarinhalten zu Video 2 von Greenpeace: <i>Nestle, KitKat, Orang-Utans</i> (eigene Darstellung).....	451
Abbildung B1: Screenshot der im YouTube-Kanal der Initiative Milla zusammengestellten Videobotschaften als Regierungsproustest. Hier: Neukontextualisierung eines Interviews von Orbán, als er noch in der Opposition war und sich dafür aussprach, „für Freiheitsrechte zu kämpfen“ (Videotitel), Video seit 06.10.2011 online auf YouTube unter: https://youtu.be/sQj95MzDH80	452
Abbildung B2: Screenshots des Videos <i>NTR</i> auf YouTube mit Mashups aus den Videobotschaften ungarischer Persönlichkeiten im YouTube-Kanal der Milla (hier die Choreografin Johanna Bodor und der Sänger János Bródy).....	452

Abbildung B3: Screenshots des Videos <i>NTR</i> auf YouTube mit der Sängerin als Protagonistin in unterschiedlicher Kleidung in Budapest	453
Abbildung B4: Liste aller Codes und Subcodes (linke Spalte) zu den n=8868 Kommentarinhalten in 6902 Kommentaren zum Video <i>NTR</i> auf YouTube im Untersuchungszeitraum vom 16.10.2011 bis 29.02.2012. (Ansicht der Codings als Screenshot der Software Maxqda)	453
Tabelle TB1: Anzahl der geposteten Kommentare zum Video <i>NTR</i> auf YouTube im Zeitraum von Oktober 2011 bis 22. August 2014 (eigene Darstellung)	454
Tabelle TC1: Verteilung der Häufigkeiten auf die Subcodes im Rahmen des Codes ‚FESZ im Video‘ in den Kommentarinhalten zu den Videos <i>FESZ 1 lang</i> und <i>FESZ 1 kurz</i> (eigene Darstellung)	455
Tabelle TC2: Verteilung der Häufigkeiten auf die Subcodes im Rahmen des Codes ‚Politik allgemein‘ in den Kommentarinhalten zu den Videos <i>FESZ 1 lang</i> und <i>FESZ 1 kurz</i> (eigene Darstellung)	455
Tabelle TC3: Aus dem Ungarischen übersetztes, zusammenfassendes Sequenzprotokoll zu den Vorwürfen der Protestgegner/innen als Akteur/innen im Video <i>FESZ 2</i> (eigene Darstellung)	456
Tabelle TD1a: Verteilung der Häufigkeiten auf die Subcodes im Rahmen des Codes ‚Video: Ai Weiwei Sunflower Seeds‘ in den Kommentarinhalten zum Video <i>Ai Weiwei: Sunflower Seeds</i> auf YouTube (eigene Darstellung)	458
Tabelle TD2a: Verteilung der Häufigkeiten auf die Subcodes im Rahmen des Codes ‚Die Installation Sunflower Seeds in der Tate Modern‘ in den Kommentarinhalten zum Video <i>Ai Weiwei: Sunflower Seeds</i> auf YouTube (eigene Darstellung)	458
Tabelle TD1b: Verteilung der absoluten und relativen Häufigkeiten der codierten Kommentarinhalte zum Video <i>TOiP 1</i> von Amir Baradaran auf YouTube, seit 17.03.2010 online unter: https://www.youtube.com/all_comments?v=9qRJI6hZ_Zs (eigene Darstellung)	459
Tabelle TD2b: Verteilung der absoluten und relativen Häufigkeiten der codierten Kommentarinhalte zum Video <i>TOiP 2</i> von Amir Baradaran auf YouTube, seit 17.03.2010 online unter: https://www.youtube.com/all_comments?v=POJpUeKHj5o (eigene Darstellung)	460

Tabelle TD3b: Verteilung der absoluten und relativen Häufigkeiten der codierten Kommentarinhalte zum Video <i>TOiP 3</i> von Amir Baradaran auf YouTube, seit 17.03.2010 online unter: https://www.youtube.com/all_comments?v=Al72FAOQdbw (eigene Darstellung)	461
Tabelle TD4b: Verteilung der absoluten und relativen Häufigkeiten der codierten Kommentarinhalte zum Video <i>TOiP 4</i> von Amir Baradaran auf YouTube, seit 17.03.2010 online unter: https://www.youtube.com/all_comments?v=BsZcnzfiNuQ (eigene Darstellung)	462
Abbildung E1: Gesamtansicht des <i>Tate Live Performance Rooms</i> auf YouTube, in dem nicht nur die Live-Übertragung der Performance, sondern auch die Kommentare sowie die Top questions der Kommentator/innen zu sehen sind. Hier: Screenshot aus Jérôme Bels Performance <i>Shirtology</i> 2012 am 22.03.2012, auf YouTube online unter: http://youtu.be/CQotVAy5_5s?list=PL7B555916AE949967	463
Abbildung E2: Anteil der Retweets an allen Kommentarinhalten zu den analysierten <i>Tate Live Performances</i> (eigene Darstellung)	464
Tabelle TE1: Verteilung der relativen Codehäufigkeiten in den Live-Komentaren zu den analysierten <i>Tate Live Performances</i> (2012–2014) im Vergleich (eigene Darstellung), alle YouTube-Videos der Performances online auf YouTube unter: https://www.youtube.com/playlist?list=PL7B555916AE949967&feature=plcp	465
Abbildung F1: Screenshots aus <i>Western Society: Gob Squad</i> als ‚Kommentator/innen‘ und die teilnehmenden Zuschauer/innen als Co-Akteur/innen auf der Bühne	466

Welche Bedeutung haben YouTube und die dort veröffentlichten Videos und Kommentarspalten für neue Formen von Protest, Kunst und Theater? Die vorliegende Studie geht dieser Frage nach und analysiert mit theaterwissenschaftlichen und empirischen kommunikationswissenschaftlichen Methoden, wie sich Inszenierungen zu intermedialen Akteursnetzwerken zwischen Gesellschaft und Technik entfalten und dabei neue Öffentlichkeiten jenseits der Grenzen von Online- und Offline-Welten entstehen. Mit YouTube als institutionellem Rahmen, der Videos nicht nur ‚ausstellt‘, sondern aktiv an ihren Produktions- und Rezeptionsprozessen mitwirkt, werden die Grenzen von Kommunikations- und Bühnenräumen, von Theater- und Kunstöffentlichkeiten gesprengt; lokale Protestereignisse entspinnen sich zu transnationalen Netzwerken. So erreichen Protestakteure mit ihren Botschaften zwar neue Adressaten, können zugleich aber selbst zur Zielscheibe scharfer Kritik der Online-Öffentlichkeit werden.

ISBN 978-3-940388-66-7



Literaturstik

INTERVISIONEN – TEXTE ZU THEATER UND ANDEREN KÜNSTEN